

## Optimalisasi Promosi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Sebagai Kearifan Lokal di Nagari Pandai Sikek Sumatera Barat

Pudia M Indika<sup>1</sup>, Uqah Asopit<sup>2</sup>, Frisna Yofira<sup>3</sup>, Novi Rahma Wita<sup>4</sup>, Auravania<sup>5</sup>, Faysatil Rustami<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Kedokteran, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Kimia, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>5</sup>Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>6</sup>Program Studi Pendidikan Keperawatan Olahraga, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

### Article Information

#### Article history:

Received Mei 30, 2026

Approved Juni 7, 2026

#### Keywords:

UMKM; Video Promosi; Pemasaran Digital; Pengabdian Masyarakat; Nagari Pandai Sikek

#### ABSTRAK

Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, memiliki berbagai potensi lokal yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik ekonomi dan pariwisata, seperti tenun songket, ukiran kayu, pasar nagari, pertanian, kuliner khas, serta keindahan alam. Namun, promosi potensi tersebut masih belum optimal sehingga diperlukan media pemasaran yang mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan promosi dan pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pembuatan video promosi berbasis digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan deskriptif yang meliputi observasi lapangan, koordinasi dengan pemerintah nagari dan pelaku UMKM, identifikasi potensi lokal, penyusunan konsep video, pengambilan dokumentasi, penyusunan narasi, proses editing, publikasi melalui media sosial Instagram, serta evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa video promosi berhasil menampilkan identitas dan potensi unggulan Nagari Pandai Sikek melalui visualisasi tenun songket, aktivitas pasar nagari, sektor pertanian, kuliner lokal, dan panorama alam. Video yang dihasilkan menjadi media promosi digital yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan informasi, memperkuat identitas budaya lokal, serta mendukung pengembangan UMKM dan wisata berbasis masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan video promosi digital dapat menjadi strategi yang berpotensi efektif dalam meningkatkan eksposur potensi lokal dan mendukung pemasaran UMKM secara berkelanjutan.

© 2026 JGEN

\*Corresponding author email: [pudia\\_dr@fik.unp.ac.id](mailto:pudia_dr@fik.unp.ac.id)

## PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata atau KKN adalah bentuk kontribusi mahasiswa pada masyarakat sebagai implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. KKN memberikan kesempatan terhadap mahasiswa untuk berinteraksi dan memahami kondisi masyarakat dari berbagai aspek seperti sosial, ekonomi, budaya, dan juga untuk menggali nilai-nilai dan potensi yang dimiliki masyarakat dari daerah tertentu. Begitu juga dalam konteks Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, khususnya pada pelaksanaan KKN Reguler Universitas Negeri Padang pada bulan Januari–Februari tahun 2026, kegiatan yang akan dilakukan tidak hanya sekedar program sosial, namun juga kegiatan yang memperkuat potensi lokal melalui promosi digital. Hal ini sejalan dengan anggapan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat bisa memberikan bantuan kepada pelaku UMKM untuk memanfaatkan digital media sebagai sarana promosi yang lebih luas dan bersifat dinamis serta sejalan dengan perkembangan zaman (Naimah et al., 2020).

Kemajuan teknologi informasi mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tidak lagi bergantung pada metode pemasaran konvensional, melainkan memanfaatkan media digital dan media sosial sebagai sarana promosi yang lebih efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas (Arianty, 2023; Mardiansyah et al., 2024). Pemasaran digital menjanjikan banyak hal, diantaranya informasi produk dapat diakses lebih luas, membangkitkan daya pikat konsumen, dan menambah nilai usaha dengan konten visual. Safitri dan Romli (2023) mengatakan bahwa UMKM dapat mengoptimalkan Instagram untuk menambahkan poster dan video kelengkapan informasi agar UMKM lebih dikenal masyarakat luas. Hal ini menjadikan video promosi sebagai pilihan media yang tepat karena mampu mendokumentasikan produk, suasana, proses produksi, menceritakan lokal serta identitas budaya dengan lebih menarik. Video promosi merupakan salah satu media pemasaran digital yang efektif karena mampu menyampaikan informasi produk secara visual, menarik perhatian audiens, serta meningkatkan keterlibatan konsumen melalui media sosial. Pemanfaatan video promosi juga telah banyak diterapkan dalam berbagai program pendampingan UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran dan memperkuat identitas produk lokal (Nuraryo et al., 2023; Sudin et al., 2024).

Nagari Pandai Sikek adalah sebuah nagari yang terletak di Kecamatan Sepuluh Koto atau X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat. Merujuk pada data Langgam.id, Nagari Pandai Sikek mempunyai luas wilayah 16,21 km<sup>2</sup> yang kira-kira setara dengan 10,66% dari total luas wilayah Kecamatan Sepuluh Koto, berjarak 8 km dari pusat pemerintahan Kecamatan Panyalaian, 40 km dari pusat pemerintahan Kabupaten Batusangkar, dan berada pada ketinggian 1.164 meter dari permukaan laut. Dalam hal ini, demografi Nagari Pandai Sikek pada tahun 2017, jumlah penduduknya adalah 5.583 jiwa, yang terdiri atas 2.731 laki-laki dan 2.852 perempuan, serta 1.383 rumah tangga. Nagari ini secara administratif dibagi ke dalam 4 jorong yang masing-masingnya adalah Baruah, Koto Tinggi, PaguPagu, dan Tanjuang (Langgam, 2020).

Nagari Pandai Sikek memiliki lokasi geografis yang unik. Potensi desa wisata ini meliputi kekayaan alam, budaya, kesenian tradisional, kuliner, pertanian serta kerajinan. Berdasarkan informasi Jadesta Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Nagari

Pandai Sikek terletak di antara Gunung Marapi dan Gunung Singgalang. Udara di Nagari Pandai Sikek sejuk, tanah di Nagari Pandai Sikek subur serta memiliki pemandangan alam yang menarik. Potensi unggulan Nagari Pandai Sikek meliputi Songket Pandai Sikek, Seni Ukir, Kuliner Bika Bakar, pertanian sayuran, agrowisata, homestay, kios suvenir, tempat makan, dan spot foto. Pandai Sikek memiliki peluang yang cukup besar untuk pengembangan lebih lanjut. (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025).

Nagari Pandai Sikek sudah populer sebagai wilayah dengan potensi unggulan di bidang pembuatan songket, ukiran kayu, pertanian, Pasar Nagari, kuliner, dan Wisata Budaya. Namun, optimalisasi promosi dan penjualan UMKM melalui pemasaran digital masih diperlukan karena strategi pemasaran yang selama ini mengandalkan interaksi langsung dan penjualan lokal belum mampu memperluas jangkauan pasar secara efektif. Menurut Asharudin dan Dewi (2021), Digital Marketing dapat menjebol strategi UMKM dengan cara mengatasi hambatan dalam pemasaran dan memperluas pasar konsumen. Dalam konteks ini, Pandai Sikek, video promosi dapat menjadi salah satu pilihan karena dapat menayangkan dengan cara yang singkat, jelas, dan menarik mengenai keindahan nagari, aktivitas di Pasar serta potensi pertanian yang dapat dibagikan melalui media sosial.

Artikel ini mendeskripsikan proses pemasaran UMKM dengan membuat video promosi di Nagari Pandai Sikek oleh mahasiswa KKN Reguler Universitas Negeri Padang dari Januari hingga Februari 2026. Penulis berharap, artikel ini juga menjelaskan bagaimana video promosi dapat berdampak positif sebagai sarana memberi informasi dan sarana digital marketing, serta sebagai alat untuk memperkuat identitas dan ekonomi kreatif masyarakat nagari. Dengan memanfaatkan video promosi, potensi lokal masyarakat nagari seperti songket, pasar nagari, pertanian, dan setting alam Pandai Sikek dapat dipromosikan dengan cara yang lebih komunikatif. Program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi Pemerintah nagari, para pelaku UMKM, serta masyarakat dalam mengembangkan promosi potensi lokal dengan cara yang berkelanjutan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Nagari Pandai Sikek, Kecamatan X Koto/Sepuluh Koto, Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatra Barat. Kegiatan ini merupakan bagian dari program KKN Reguler Universitas Negeri Padang periode Januari–Februari 2026. Subjek pengabdian meliputi pelaku UMKM, pengrajin tenun songket, pedagang pasar nagari, masyarakat, serta pemerintah Nagari Pandai Sikek.

Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan deskriptif. Pendekatan partisipatif dilakukan melalui koordinasi dengan pihak nagari serta keterlibatan masyarakat dan pelaku UMKM dalam proses pengumpulan informasi dan dokumentasi. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan proses pembuatan video promosi secara sistematis. Menurut Sugiyono (2019), metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu keadaan atau fenomena berdasarkan data yang diperoleh secara sistematis.

Tahapan kegiatan meliputi observasi potensi nagari, koordinasi dengan wali nagari dan perangkat nagari, identifikasi objek promosi, penyusunan konsep video, pengambilan dokumentasi di pasar nagari dan tempat penenunan songket, penyusunan narasi, editing video, publikasi melalui Instagram, serta evaluasi hasil kegiatan.

Diagram Alur Pelaksanaan Video Promosi UMKM Nagari Pandai Sikek



**Gambar 1.** Diagram Alur Pelaksanaan Video Promosi UMKM Nagari Pandai Sikek

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Potensi UMKM dan Daya Tarik Lokal Nagari Pandai Sikek

Hasil observasi menunjukkan bahwa Nagari Pandai Sikek memiliki beberapa potensi lokal yang dapat dijadikan objek video promosi, yaitu tenun songket, ukiran kayu, pasar nagari, pertanian, kuliner khas bika bakar, serta potensi alam karena berada di antara Gunung Marapi dan Gunung Singgalang. Berdasarkan Jadesta, Pandai Sikek dikenal sebagai desa wisata yang memiliki kekayaan alam, budaya, kesenian tradisional, kuliner, pertanian, songket, dan ukiran kayu (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025). Potensi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan konsep video promosi karena mampu memperlihatkan identitas budaya, ekonomi, dan wisata nagari.

**Tabel 1.** Potensi Lokal Nagari Pandai Sikek sebagai Objek Video Promosi

No	Potensi Lokal	Bentuk Daya Tarik	Peran dalam Video Promosi
1	Tenun songket	Kerajinan tradisional bernilai budaya	Menampilkan proses penenunan dan kualitas produk
2	Pasar nagari	Aktivitas ekonomi masyarakat	Menampilkan interaksi pedagang dan pembeli
3	Pertanian	Kesuburan tanah dan mata pencaharian	Menampilkan kehidupan produktif masyarakat
4	Ukiran kayu	Kerajinan khas Pandai Sikek	Memperkuat identitas ekonomi kreatif
5	Kuliner	Bika bakar dan makanan khas	Mendukung promosi wisata lokal

No	Potensi Lokal	Bentuk Daya Tarik	Peran dalam Video Promosi
6	Alam	Gunung Marapi dan Singgalang	Menampilkan daya tarik wisata nagari

### **Koordinasi dengan Pelaku songket**

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, mahasiswa KKN Reguler Universitas Negeri Padang melakukan koordinasi dengan pelaku usaha songket di Nagari Pandai Sikek untuk meminta izin sekaligus menyampaikan tujuan pengambilan video sebagai media promosi UMKM lokal. Koordinasi ini dilakukan agar proses pembuatan video berjalan lancar dan isi video dapat menampilkan proses pembuatan serta keunikan songket Pandai Sikek sesuai kondisi di lapangan. Pelibatan pelaku UMKM dalam kegiatan promosi digital juga penting agar konten yang dibuat lebih sesuai dengan karakter produk dan kebutuhan promosi masyarakat setempat (Wibisono et al., 2021).



**Gambar 2.** Koordinasi dan Foto Bersama Pelaku Songket

Foto menunjukkan mahasiswa KKN Reguler Universitas Negeri Padang periode Januari–Februari 2026 bersama pelaku usaha songket di Nagari Pandai Sikek saat melakukan koordinasi terkait pembuatan video promosi UMKM. Kegiatan ini dilakukan untuk meminta izin pengambilan video sekaligus berdiskusi mengenai proses dan bagian yang akan ditampilkan agar promosi lebih sesuai dengan ciri khas songket Pandai Sikek.

### **Proses Pengambilan Video Promosi di Pasar Nagari Pandai Sikek**

Pengambilan video di pasar nagari dilakukan untuk merekam aktivitas ekonomi masyarakat Pandai Sikek. Berdasarkan transkrip video, pasar digambarkan melalui narasi “di setiap senyum pedagang, membuat hangat hati para pendatang” dan “pasar menjadi ruang di mana kerja keras bertemu kebutuhan.” Hal ini menunjukkan bahwa pasar tidak hanya menjadi tempat jual beli, tetapi juga ruang sosial yang merepresentasikan kehidupan ekonomi masyarakat nagari. Pemanfaatan Instagram dapat membantu promosi UKM di daerah wisata karena mampu menampilkan produk, suasana, dan aktivitas lokal secara visual (Saragih et al., 2023).



**Gambar 3.** Pengambilan Dokumentasi Video di Pasar Nagari Pandai Sikek

Foto menampilkan suasana Pasar Nagari Pandai Sikek sebagai salah satu objek dalam video promosi UMKM. Pasar nagari menjadi ruang aktivitas ekonomi masyarakat sekaligus bagian dari identitas sosial Nagari Pandai Sikek.

#### **Proses Dokumentasi Tenun Songket Pandai Sikek**

Tenun songket menjadi salah satu fokus utama dalam video promosi karena merupakan produk unggulan Nagari Pandai Sikek. Berdasarkan transkrip video, songket digambarkan sebagai kerajinan yang dibuat dengan kesabaran, memiliki motif dan detail berkualitas, serta telah dikenal luas. Jadesta juga menjelaskan bahwa songket Pandai Sikek dibuat secara manual dan tradisional serta menjadi identitas budaya masyarakat setempat (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025). Dokumentasi proses penununan penting untuk memperlihatkan nilai budaya, keterampilan, dan kualitas produk lokal.

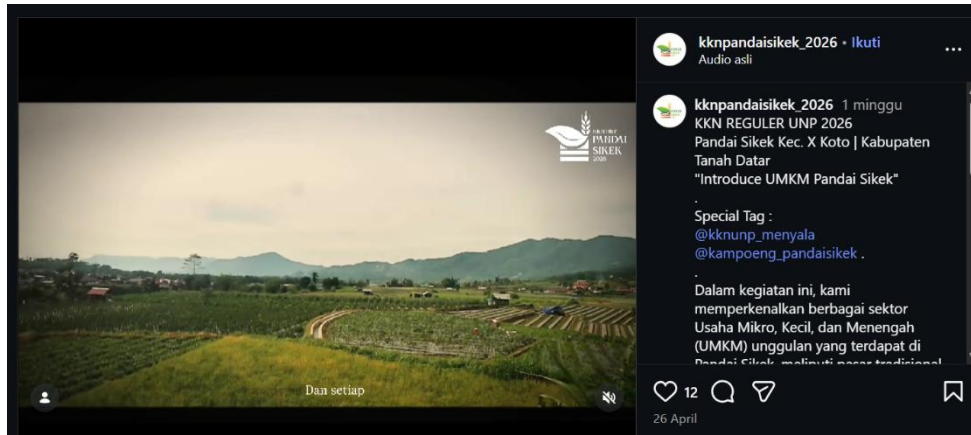


**Gambar 4.** Proses Penenunan Songket Pandai Sikek

Foto menampilkan proses penenunan songket Pandai Sikek sebagai salah satu produk unggulan UMKM dan ekonomi kreatif masyarakat nagari.

#### **Produk Akhir Video Promosi UMKM Nagari Pandai Sikek**

Hasil akhir kegiatan ini adalah video promosi UMKM Nagari Pandai Sikek yang dipublikasikan melalui Instagram. Video tersebut menampilkan lanskap alam, tenun songket, pasar nagari, pertanian, dan identitas UMKM lokal.



**Gambar 5.** Video Promosi UMKM Nagari Pandai Sikek

Sumber: <https://www.instagram.com/reel/DXkvtR2kuVE/?igsh=ZWkxOW8zcnpkbXZj>

Penggunaan video promosi melalui Instagram relevan untuk mendukung pemasaran UMKM karena konten visual dapat membantu produk dan potensi lokal lebih mudah dikenal masyarakat luas (Ramadiansyah & Pratiwi, 2024; Safitri & Romli, 2023).

**Tabel 2.** Unsur Visual dan Narasi Dalam Video Promosi UMKM Pandai Sikek

No	Adegan/Objek Video	Isi Narasi	Makna Promosi
1	Lanskap Pandai Sikek	Pandai Sikek terbentang anggun di kaki gunung	Menonjolkan daya tarik alam
2	Songket	Benang dirajut dengan kesabaran dan detail berkualitas	Menonjolkan produk unggulan UMKM
3	Pasar	Pasar menjadi ruang kerja keras bertemu kebutuhan	Menonjolkan aktivitas ekonomi masyarakat
4	Pertanian	Tanah disentuh dengan harap, air dialirkan dengan doa	Menonjolkan potensi agraris
5	Identitas nagari	Introduce UMKM Pandai Sikek	Memperkenalkan potensi lokal secara digital

Video promosi UMKM Nagari Pandai Sikek menjadi solusi digital untuk menjabarkan potensi lokal secara menarik dan mudah dibagikan melalui media sosial. Keberadaan video promosi dapat menjelaskan produk dan aktivitas masyarakat dalam bentuk informasi yang lebih menarik dan dapat berupa visual, suasana, narasi, dan storytelling. Hal ini sejalan dengan Ramadiansyah dan Pratiwi (2024) bahwa Instagram mempunyai potensi yang besar dalam melakukan promosi UMKM karena dapat menghadirkan produk dalam bentuk gambar dan video yang menarik dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam konteks Pandai Sikek, video promosi berfungsi untuk menjelaskan songket, pasar nagari, pertanian, dan potensi alam sebagai identitas ekonomi nagari dan juga sebagai identitas wisata nagari.

Satu aspek yang perlu diperhatikan adalah pembacaan narasi video dalam membuat citra Nagari Pandai Sikek yang indah, produktif, kreatif, dan berbudaya. Paduan kata, seperti "terbentang anggun di kaki gunung", "benang-benang dirajut dengan kesabaran", dan "pasar menjadi ruang di mana kerja keras bertemu kebutuhan"

memberikan penilaian yang lebih kepada Pandai Sikek sebagai pusat UMKM beserta kultur, nilai, dan sosial yang hidup dalam masyarakat tempat itu. Menurut Jadesta, Nagari Pandai Sikek adalah salah satu desa di Indonesia yang menjadi desa wisata, dengan daya tarik wisata alam, budaya, tenun songket, ukiran kayu, bidang pertanian dan kuliner, serta sarana prasarana yang memadai (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025). Dengan demikian, video promosi ini berfungsi sebagai sarana penetapan identitas nagari sekaligus sebagai promosi potensi wisata Nagari Pandai Sikek.

Songket Pandai Sikek menjadi salah satu unsur penting dalam video karena merupakan produk unggulan ekonomi kreatif masyarakat. Jadesta menjelaskan bahwa songket Pandai Sikek dibuat secara manual dan tradisional, memiliki nilai sejarah, serta dikenal sebagai kerajinan yang indah dan berkualitas (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025). Dokumentasi proses penenunan dalam video penting karena dapat menunjukkan keaslian produk, keterampilan pengrajin, dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Selain songket, pasar nagari juga menjadi objek penting karena memperlihatkan aktivitas ekonomi dan sosial masyarakat. Pasar tidak hanya menjadi tempat transaksi, tetapi juga ruang pertemuan antara pedagang, pembeli, masyarakat lokal, dan pendatang. Pemanfaatan media sosial untuk menampilkan suasana dan aktivitas lokal seperti ini dapat mendukung promosi UKM di daerah wisata (Saragih et al., 2023).

Program ini memberikan manfaat berupa tersedianya media promosi digital, meningkatnya dokumentasi visual potensi lokal, serta terbukanya peluang promosi yang lebih luas melalui Instagram. Safitri dan Romli (2023) menyatakan bahwa unggahan poster dan video melalui Instagram dapat membantu UMKM agar lebih dikenal masyarakat. Namun, program ini juga memiliki keterbatasan, seperti waktu KKN yang terbatas, pengambilan video yang bergantung pada cuaca dan aktivitas masyarakat, serta belum semua UMKM dapat dimasukkan ke dalam video. Oleh karena itu, promosi digital perlu dilanjutkan secara berkelanjutan oleh pihak nagari atau pelaku UMKM agar manfaatnya tidak berhenti pada publikasi awal saja.

**Tabel 3.** Manfaat dan Keterbatasan Program Video Promosi UMKM

<b>Aspek</b>	<b>Manfaat</b>	<b>Keterbatasan</b>
Promosi digital	Memperluas jangkauan informasi UMKM	Membutuhkan pengelolaan lanjutan
Dokumentasi potensi	Menyimpan arsip visual nagari	Belum mencakup semua UMKM
Pemberdayaan masyarakat	Mendorong kesadaran terhadap potensi lokal	Dampak ekonomi perlu dilihat jangka panjang
Desa wisata	Mendukung promosi wisata Pandai Sikek	Perlu integrasi dengan platform promosi lain

Secara umum, video promosi UMKM Nagari Pandai Sikek dapat dipahami sebagai hasil kegiatan KKN yang tidak hanya bersifat dokumentatif, tetapi juga memiliki fungsi strategis dalam pemasaran digital, penguatan identitas nagari, dan pemberdayaan masyarakat. Video ini dapat menjadi produk keberlanjutan KKN yang dapat digunakan

kembali oleh pemerintah nagari, pelaku UMKM, dan masyarakat untuk memperkenalkan potensi Pandai Sikek secara lebih luas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan optimalisasi pemasaran UMKM melalui video promosi di Nagari Pandai Sikek merupakan salah satu bentuk pengabdian masyarakat dalam program KKN Reguler Universitas Negeri Padang periode Januari–Februari 2026. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa video promosi dapat menjadi media pemasaran digital yang berpotensi efektif untuk memperkenalkan potensi lokal nagari, seperti tenun songket, pasar nagari, pertanian, keindahan alam, dan aktivitas masyarakat. Secara reflektif, kegiatan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui pemanfaatan media digital yang mampu memperkuat identitas budaya, meningkatkan dokumentasi potensi lokal, dan memperluas jangkauan promosi UMKM. Rekomendasi dari kegiatan ini adalah perlunya pengelolaan media sosial secara berkelanjutan oleh pemerintah nagari dan pelaku UMKM agar promosi potensi Nagari Pandai Sikek dapat terus berkembang dan menjangkau masyarakat yang lebih luas.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Padang yang telah memfasilitasi pelaksanaan KKN Reguler periode Januari–Februari 2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan, Pemerintah Nagari Pandai Sikek, Wali Nagari Pandai Sikek, pelaku UMKM, pengrajin tenun songket, pedagang pasar nagari, serta seluruh masyarakat Nagari Pandai Sikek yang telah mendukung pelaksanaan program optimalisasi pemasaran UMKM melalui video promosi. Penghargaan juga diberikan kepada seluruh anggota kelompok KKN yang telah berpartisipasi dalam proses observasi, koordinasi, pengambilan dokumentasi, penyusunan narasi, editing, publikasi, dan evaluasi kegiatan sehingga program ini dapat terlaksana dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. (2023). *Implementasi promosi melalui media sosial pada UMKM di Desa Tanjung Sari*. Medani: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1). <https://doi.org/10.59086/jpm.v2i1.266>
- Asharudin, F., & Dewi, S. P. (2021). Optimalisasi media digital sebagai strategi pemasaran UMKM pada masa pandemi Covid-19. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 12(3), 549–554. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.7142>
- Dopades, M., & Adi, A. E. (2022). *Video 360 sebagai media promosi produk mitra UMKM Kabupaten Bandung*. Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 13–19. <https://doi.org/10.25124/charity.v5i1.3456>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2025). *Desa wisata Pandai Sikek*. Jadesta. [https://jadesta.kemenpar.go.id/desa/pandai\\_sikek](https://jadesta.kemenpar.go.id/desa/pandai_sikek)

- Langgam. (2020, February 12). *Nagari Pandai Sikek, Sepuluh Koto, Kabupaten Tanah Datar*. <https://langgam.id/nagari-pandai-sikek-sepuluh-koto-kabupaten-tanah-datar/>
- Mardiansyah, I., Wibisono, A. A., & Syahlendra, R. (2024). *Pemanfaatan media sosial untuk peningkatan promosi UMKM di Kelurahan Lengkong Karya Tangerang Selatan*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ilmu Komunikasi*, 1(2). <https://doi.org/10.32493/comm.v1i2.42267>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39–46. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Nuraryo, I., Meisyaroh, S., & Suatmi, B. D. (2023). *Pelatihan strategi merancang video iklan promosi produk UMKM dalam media sosial*. *Jurnal Abdimas: Sosial, Bisnis, dan Lingkungan*, 1(1), 40–47. <https://doi.org/10.46806/abdimas.v1i1.1076>
- Ramadiansyah, S. A., & Pratiwi, N. I. (2024). Pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai alat promosi produk UMKM di Desa Sibang Gede Abiansemal Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2694–2701. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3330>
- Safitri, D., & Romli, N. A. (2023). Optimalisasi media sosial Instagram sebagai media promosi produk UMKM Jatinegara Kaum. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(2), 38–45. <https://doi.org/10.56174/jap.v4i2.532>
- Saragih, Y. H. J., Sipayung, T., Parinduri, T., Purba, F., Girsang, R. M., & Damanik, Y. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram untuk pengembangan UKM di daerah wisata Tigaras. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, 3(1), 55–63. <https://doi.org/10.36985/64v7y513>
- Sudin, S., Muksin, P., Utami, I. P., Duila, I. W., Pora, R., & Khumaira, N. (2024). *Pengabdian masyarakat pembuatan video promosi dan memperkenalkan penggunaan media sosial yang baik dan benar (Studi kasus: Aya Geprek Orchi Dokiri, Kota Tidore)*. *Jurnal Sistem Informasi Kaputama*, 8(1). <https://doi.org/10.59697/jsik.v8i1.626>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Universitas Negeri Padang. (2026). *KKN Reguler UNP 2026 Pandai Sikek Kec. X Koto - Kabupaten Tanah Datar: Introduce UMKM Pandai Sikek* [Instagram Reel]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DXkvtR2kuVE/?igsh=ZWkxOW8zcnpkbXZj>
- Wibisono, Y. P., Primasari, C. H., & Setiawan, D. (2021). Pendampingan dan pembuatan konten video untuk mendukung pemasaran melalui media sosial bagi UMKM fashion. *Jurnal Pengabdian*, 4(2), 113–121. <https://doi.org/10.26418/jplp2km.v4i2.45995>