



Pemberdayaan UMKM Kelapa Gongseng Aceh Melalui Pemasaran Berbasis Digital Dalam Upaya Menembus Pasar Global

M. Saleh^{1*}, M. Rasyidin², Hamdani³, Afkar⁴

^{1,2} Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

³ Program Studi Manajemen Keuangan Sektor Publik, Politeknik Negeri Lhokseumawe, Kota Lhokseumawe, Provinsi Aceh, Indonesia.

⁴ Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Ilmu Keguruan dan Pendidikan, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

Email: muhammadsaleh286@gmail.com^{1*}, m_rasyidin@yahoo.com², hamdani@pnl.ac.idemail³, afkar.peusangan@gmail.com⁴

Histori Artikel:

Dikirim 29 September 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 6 Desember 2023; *Diterima* 20 Desember 2023; *Diterbitkan* 1 Januari 2024. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu penggerak primer perekonomian Indonesia, akibatnya bila sektor UMKM terganggu, perekonomian nasional juga bisa ikut tergerus. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 jumlah UMKM mencapai 65,46 juta unit. Maju Sejahtera merupakan UMKM di Desa Jangka Mesjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh yang bergerak dibidang jasa usaha makanan produksi kelapa gongseng. Kelompok ini telah menjalankan usahanya sejak tahun 2019 dan memproduksi kelapa gongseng sekitar 30-50 kg setiap minggunya dengan harga jual dipasaran sekitar 50 Ribu per Kilogram, kelompok usaha nelayan ini mempunyai pekerja Lepas sebanyak 5 orang dan memiliki aset sekitar 24 Juta rupiah. Namun akhir-akhir ini produksi dan penjualan kelapa gongseng menurun, hal ini disebabkan karena pandemi Covid-19 yang melanda dunia, sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap permintaan kelapa gongseng. Sebelum pandemi Covid-19 UMKM Maju Sejahtera kendala dalam menjalankan usaha ialah dalam bidang pemasaran hasil produk, sistem yang selama ini digunakan masih tradisional yaitu dipasarkan ke pedagang sekitar atau produk diambil oleh pengumpul, selanjutnya UMKM Maju Sejahtera belum adanya manajemen usaha dan manajemen keuangan, selama ini sering terjadi masalah dalam pengelolaan keuangan, yaitu keuangan usaha sering disatukan dengan keuangan keluarga sehingga sangat sulit untuk melihat keuntungan dalam usaha. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan mitra dalam manajemen usaha dan pemasaran digital. Metode pelaksanaan adalah memberikan pelatihan manajemen usaha dan praktik langsung penjualan digital melalui marketplace dan media sosial. Hasil dari kegiatan ini adanya peningkatan pengetahuan mitra tentang manajemen usaha dan pemasaran digital yang lebih baik.

Kata Kunci: Pemasaran_Digital; UMKM; Kelapa Gongseng; E-Commerce.

Abstract

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) are one of the primary drivers of the Indonesian economy, as a result if the MSME sector is disrupted, the national economy could also be eroded. According to the Central Statistics Agency (BPS), in 2021 the number of MSMEs will reach 65.46 million units. Maju Sejahtera is an MSME in Panjang Mesjid Village, Panjang Subdistrict, Bireuen Regency, Aceh Province which operates in the food service sector producing gongseng coconut. This group has been running its business since 2019 and produces around 30-50 kg of gongseng coconut every week with a market selling price of around 50 thousand per kilogram. This fishing business group has 5 freelance workers and has assets of around 24 million rupiah. However, recently the production and sales of gongseng coconut have decreased, this is due to the Covid-19 pandemic that has hit the world, so it indirectly affects the demand for gongseng coconut. Before the Covid-19 pandemic, MSME Maju Sejahtera had an obstacle in running a business in the field of product marketing, the system that had been used was still traditional, namely marketing to local traders or the products were taken by collectors, then MSME Maju Sejahtera had no business management or financial management, during This often causes problems in financial management, namely business finances are often combined with family finances so it is very difficult to see profits in the business. The aim of this service activity is to increase partners' knowledge in business management and digital marketing. The implementation method is to provide business management training and direct digital sales practice through marketplaces and social media. The result of this activity is an increase in partners' knowledge about business management and better digital marketing.

Keywords: Digital Marketing; MSMEs; Gongseng Coconut; E-Commerce.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi di masa sekarang menuntut seluruh masyarakat untuk siap menghadapi tantangan zaman, karena akan terjadi banyak perubahan di berbagai bidang. Salah satunya yang akan terkena dampak perkembangan adalah dunia usaha. Karena arus konsumsi masyarakat semakin cepat, mereka membutuhkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak konsumen menggunakan fasilitas teknologi informasi dalam memenuhi informasi yang dibutuhkannya, salah satunya yaitu penggunaan internet. Internet berkembang pesat dan menjadi salah satu sumber informasi yang dapat diakses dengan mudah yang mengakibatkan perubahan konsumen dalam memenuhi gaya hidup. Arus perubahan zaman membawa gaya hidup belanja masyarakat bergeser dari yang sifatnya konvensional menuju pada transaksi situs penjualan online yang terpengaruhi dari arus perubahan gaya hidup masyarakat tersebut. Arus perubahahan gaya belanja masyarakat mengakibatkan banyak situs penjualan online yang mengakibatkan masyarakat mendapatkan informasi lebih dan bertransaksi dengan mudah tanpa harus pergi ke tempat penjualan barang atau jasa tersebut.

Seiring berkembangnya bisnis saat ini, tantangan dan persaingan semakin tajam dalam merebut pangsa pasar, perusahaan dituntut untuk dapat memberdayakan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar perusahaan bisa mempunyai keunggulan bersaing. Setiap organisasi perusahaan diharapkan dapat menyusun suatu strategi pemasaran agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan, salah satunya adalah mempunyai strategi pemasaran berupa bauran pemasaran dengan digital marketing. Strategi bisnis perusahaan ini diharapkan dapat memberikan dampak pada keuntungan keuangan, non keuangan, bertahan di dalam industri, dan guna mencapai tujuan jangka panjang organisasi (Dewi and Warmika, 2017).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu penggerak primer perekonomian Indonesia, akibatnya bila sektor UMKM terganggu, perekonomian nasional juga bisa ikut tergerus. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM mencapai 64 juta unit bisnis dimana jumlah tadi mencapai 99,9 % menurut holistik bisnis yang beroperasi di negara Indonesia (Utami et al., 2021). Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, pandemi Covid-19 telah mendorong banyak pelaku UMKM melakukan transformasi mejadi platform digital. Jumlah UMKM yang sudah onboarding masuk dalam ekosistem digital mencapai 24,9% dari total pelaku UMKM atau sekitar 15,9 juta dari sekitar 65 juta UMKM di Indoesia. Jumlah ini meningkat cukup signifikan dimana sebelum pandemi, pelaku usaha yang terhubung ke platform digital baru sekitar 8 juta UMKM (Setiawan and Putro, 2021).

Pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merk produk dengan menggunakan media elektronik/media digital yang berpotensi dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Tujuan utama pemasaran digital adalah menarik pelanggan dan memungkinkan pemasar dan pelanggan berinteraksi melalui pemanfaatan media elektronik oleh pemasar untuk mempromosikan produk atau layanan ke pasar (Yasmin, Tasneem and Fatema, 2015). Kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang semakin kompleks, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran untuk mendukung aktivitas bisnis serta mempermudah dan memperkuat fungsi komunikasi kepada publik (Suryani I, 2014). Manfaat pemasaran digital bagi perusahaan dan UMKM antara lain adalah dapat terhubung dengan mudah dengan konsumen secara online, konversi penjualan yang lebih tinggi bagi konsumen tertarget, biaya pemasaran yang lebih hemat, dapat melayani konsumen secara real time dan potensi peningkatan daya jual bagi UMKM Brian, 2019 (Handajani, Akram and Rifa'i, 2019).

Masyarakat Desa Jangka Masjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh sebagian besar melakukan aktifitas kegiatan pengolahan dan perdagangan kelapa gongseng untuk menunjang perekonomian keluarga. Jenis usaha yang mereka usahakan termasuk kategori usaha rumahan dengan skala kecil dan menengah. Kelapa gongseng atau U Neulhe dalam bahasa Aceh merupakan bumbu untuk mengolah berbagai macam kuliner dan bukan hanya di konsumsi oleh masyarakat lokal namun sampai ke berbagai daerah lainnya bahkan ke luar negeri seperti Malaysia dan Eropa. Kelapa Gongseng terbuat dari kelapa parut kemudian di sangrai hingga berubah warna menjadi

kecoklatan lalu ditumbuk atau digiling halus sehingga mengeluarkan minyak, kelapa gongseng dibuat untuk menambah cita rasa masakan yang lebih gurih dan kental dan biasanya dicampur dalam bumbu masakan kuah gulai. Kelapa Gongseng merupakan salah satu solusi pengolahan hasil perkebunan kelapa di Kabupaten Bireuen, saat ini harga jual kelapa tua/matang yang belum di olah masih sangat murah sehingga pengolahan kelapa gongseng dapat menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan nilai ekonomi kelapa dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Desa Jangka Masjid dan umumnya di Kabupaten Bireuen.

Salah satu kelompok usaha kelapa gongseng di Desa Jangka Masjid Kecamatan Jangka skala rumah tangga adalah usaha kelapa gongseng UMKM Maju Sejahtera yang diketuai oleh Bapak Muzakir dan memiliki 6 anggota yang merupakan nelayan Desa Jangka Masjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen yang menjadi mitra dalam kegiatan hibah pengabdian masyarakat internal Universitas Almuslim. Usaha ini berlokasi di Desa Jangka Masjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh dan telah berdiri sejak tahun 2015. Saat ini, setiap minggunya mitra memproduksi 30-50 kilogram kelapa gongseng yang terbuat dari kelapa parut. Melimpahnya hasil perkebunan kelapa di kecamatan jangka membuat produksi kelapa gongseng mitra tidak mengalami kendala dalam bahan baku serta mutu bahan baku. Kelapa yang menjadi bahan baku utama kelapa gongseng selalu didapatkan dalam keadaan layak serta terjamin kualitasnya.

Pemasaran digital merupakan instrument yang paling mudah untuk dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM pada zaman sekarang, karena pengguna media sosial saat ini meningkat pesat. Dengan adanya pemahaman dan kesadaran bagi pelaku usaha tentang pemasaran digital maka daya jual dapat ditingkatkan melalui cara penjualan yang responsif terhadap kebutuhan konsumen. Kedepan pelaku usaha dapat menggunakan secara mandiri cara pemasaran digital untuk mendukung penjualan produk sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar dan pendapatan bagi pelaku UMKM sehingga dapat mandiri secara finansial.

1.1 Tujuan Kegiatan

Pengabdian kepada masyarakat kolaboratif pada UMKM di Desa Jangka Masjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh ini bertujuan untuk melatih mitra agar memiliki pengetahuan tentang manajemen usaha, selanjutnya mengenalkan cara pemasaran produk melalui pemanfaatan media pemasaran secara digital untuk meningkatkan pangsa pasar dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

1.2 Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim adalah meningkatnya pengetahuan mitra tentang kewirausahaan seperti manajemen usaha dan pemasaran digital dalam memasarkan produk melalui media sosial, marketplace baik dalam maupun luar negeri.

2. Metode

2.1 Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

2.1.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

- 1) Tahap Persiapan dan Sosialisasi
Tahap pertama adalah bekerjasama/berkoordinasi dengan Kepala Desa Jangka Masjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh untuk mendapatkan izin dan mengumpulkan para pelaku usaha pada UMKM Maju Sejahtera.
- 2) Tahap Diskusi melalui Focus Group Discussion (FGD)
Tugas utama FGD adalah untuk memperoleh perbedaan data yang diperoleh dalam interaksi setelah diskusi sekelompok peserta/pewawancara, sehingga menambah kedalaman pengetahuan. Selama fase ini, terjadi percakapan untuk mengidentifikasi masalah.
- 3) Tahap Pelatihan dan Pendampingan
Pada tahap ini digunakan metode pembelajaran, metode diskusi dan metode tanya jawab. Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi dasar (basic) atau perluasan (advance) yang

disampaikan secara lisan tentang maksud, tujuan dan sasaran pencapaian hasil belajar, serta motivasi untuk mencapai hasil yang diharapkan. Pada tahapan ini akan dilakukan pelatihan dan praktik promosi dan digital marketing.

Tabel 1. Bentuk Kegiatan

Tahapan	Kegiatan	Metode	Prosedur Kerja
1	Pemaparan materi tentang digitalisasi UMKM	Workshop dan Studi Kasus melalui presentasi	Peserta dibekali hardcopy tentang manajemen keuangan. Peserta akan diberikan <i>pre-test</i> di awal kegiatan. Selanjutnya memberikan pemahaman tentang digitalisasi UMKM.
2	1) Pelatihan dan praktik promosi pemasaran digital 2) Pelatihan dan praktik pencatatan keuangan usaha 3) Pendampingan pada masa kegiatan	Diskusi, tanya jawab dan Praktik	Peserta akan praktik langsung menggunakan aplikasi <i>marketplace</i> .

4) Tahap Evaluasi/Monitoring

Pada tahap akhir ini dilakukan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan melakukan *post-test*. Monitoring juga dilakukan selama masa pendampingan pada masa kegiatan untuk memastikan apakah penggunaan aplikasi untuk mendukung digitalisasi UMKM telah dilakukan dengan baik.

a) Peserta Yang Terlibat:

- 1) Tim Pengusul
- 2) Mahasiswa
- 3) Para pelaku usaha pada UMKM Maju Sejahtera

b) Partisipasi Mitra

Kegiatan ini akan bekerja sama dengan UMKM Maju Sejahtera yang memproduksi kelapa gongseng. Partisipasi ketua UMKM Maju Sejahtera akan memfasilitasi tempat dan hal-hal yang bersifat teknis di lapangan untuk pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.

2.1.2 Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program

Dua rencana penilaian akan digunakan untuk kegiatan ini:

- a) Kuantifikasi dengan *pre test* dan *post test*. Desain digunakan dalam mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan konseptual pada setiap tahap melakukan bisnis.
- b) Refleksi atau penilaian kualitatif dilakukan melalui diskusi/monitoring materi dan tanya jawab praktik yang dikirimkan antara fasilitator materi dan peserta kegiatan.

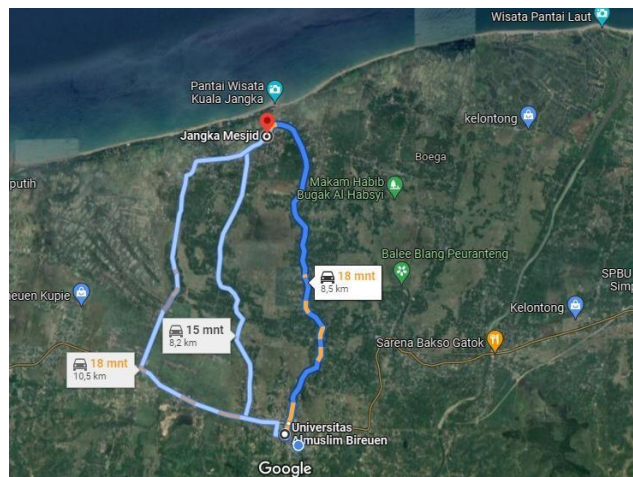
Evaluasi juga dilaksanakan pada bulan ke-2 setelah kegiatan. Keberlanjutan program juga sangat diperlukan agar berjalannya sistem dengan konsisten dan juga tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha UMKM Maju Sejahtera.

2.1.3 Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan pada bulan Juli – September 2023. Kegiatan ini terbagi menjadi dua tahap, yang pertama pelatihan kepada mitra yang telah selesai dilaksanakan, tahapan berikutnya adalah evaluasi dan monitoring yang akan dilaksanakan pada bulan Desember 2023.

2.1.4 Tempat Kegiatan

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan pada mitra UMKM Maju Sejahtera di Desa Jangka Masjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, Indonesia.



Gambar 1. Map Lokasi Kegiatan

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Pada bulan Agustus 2023 telah dilaksanakan pengabdian masyarakat pada UMKM Maju Sejahtera di Desa Jangka Mesjid Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan, yang pertama adalah melakukan wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi permasalahan yang dialami oleh mitra selama ini. Langkah yang kedua yaitu melaksanakan FGD dengan anggota UMKM Maju Sejahtera, setelah FGD diketahui terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam pemasaran, catatan keuangan dan belum memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan. Solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian masyarakat dalam rangka peningkatan keberdayaan mitra adalah melatih pengelola dan anggota UMKM Maju Sejahtera mengenai teknik pemasaran, dan pencatatan keuangan usaha. Penyampaian materi dilakukan oleh narasumber dengan metode diskusi serta metode sosialisasi dan presentasi materi. Tujuan pelatihan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan kompetensi dan pengetahuan anggota UMKM Maju Sejahtera dalam pencatatan keuangan usaha serta penggunaan teknologi informasi, agar dapat memudahkan mereka dalam memasarkan produk melalui sistem digitalisasi. Berikut dibawah ini adalah hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat:

1) Pelatihan Digitalisasi UMKM

Pada tanggal 28 Agustus 2023 telah dilaksanakan kegiatan Pelatihan dan praktik promosi pemasaran digital pada UMKM Maju Sejahtera di Desa Jangka Mesjid Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, Indonesia. Pelatihan dan praktik promosi pemasaran digital ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai metode sistem pemasaran digital agar para peserta memiliki dasar pengetahuan yang baik tentang pemasaran digital. Bentuk kegiatan pelatihan digitalisasi UMKM adalah penyampaian materi mengenai dasar pemasaran digital serta melakukan praktik penjualan online, baik melalui marketplace ataupun melalui media sosial. Kelebihan digitalisasi UMKM adalah para pelaku usaha tidak memerlukan toko, tidak memerlukan tenaga kerja yang banyak dan hanya perlu mempelajari cara membuat produk yang menarik serta teknik promosi secara online, dengan adanya sistem pemasaran digital, pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan dan menghemat biaya pengeluaran serta dapat meningkatkan keuntungan dengan jangkauan kosumen yang lebih luas melalui pemasaran digital.

Kegiatan Pelatihan dan praktik promosi pemasaran digital pada UMKM dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 28 Agustus 2023 diikuti oleh peserta sebanyak 5 orang terdiri dari anggota UMKM Maju Sejahtera, Narasumber dalam kegiatan ini adalah M. Saleh, SE., M.Si yang merupakan dosen Fakultas Ekonomi Universitas Almuslim dengan keahlian dibidang pemasaran digital. Hasil

dari kegiatan kegiatan Pelatihan dan praktik promosi pemasaran digital UMKM adalah : 1) seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan secara tatap muka. 2) adanya interaksi (tanya jawab) antara peserta dengan narasumber. 3) meningkatnya pengetahuan mitra mengenai kewirausahaan dan sistem pemasaran digital dalam rangka memperluas wilayah pemasaran dan meningkatkan jumlah konsumen.



Gambar 2. Pelatihan dan praktik promosi pemasaran digital

2) Pelatihan dan Praktik Pencatatan Keuangan Usaha

Kegiatan pelatihan dan praktik pencatatan keuangan usaha telah dilaksanakan pada tanggal 28 Agustus 2023 di Desa Jangka Mesjid Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh pada UMKM Maju Sejahtera. Pelatihan diikuti oleh anggota UMKM Maju Sejahtera sebanyak 5 orang. Narasumber dalam kegiatan ini ialah M. Rasyidin, SE., M.Sc., AFA yang merupakan ahli dibidang keuangan dan juga dosen Fakultas Ekonomi Universitas Almuslim. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam rangka menjawab solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra selama ini. Bentuk kegiatan pengabdian ini merupakan transfer keilmuan melalui penyampaian materi dan praktik pencatatan keuangan usaha secara langsung bersama mitra UMKM Maju Sejahtera.

Sebelum memberikan pelatihan mengenai praktik pencatatan keuangan usaha, tim memberikan lembar pre-test kepada peserta, tujuannya adalah untuk mengukur pengetahuan mitra tentang pencatatan keuangan usaha. Berikutnya kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi pencatatan keuangan usaha dan praktik langsung yang di sampaikan oleh M. Rasyidin, SE., M.Sc., AFA selaku narasumber dalam kegiatan hibah internal Pengabdian Masyarakat Universitas Almuslim Tahun 2023. Setelah kegiatan selesai, tim memberi lembar post-test kepada seluruh peserta pelatihan tujuannya ialah untuk mengukur peningkatan tingkat pengetahuan mengenai laporan keuangan usaha dari peserta sebelum mendapatkan pelatihan dan sesudah mengikuti pelatihan. Hasil yang telah dicapai dari kegiatan pelatihan dan praktik pencatatan keuangan usaha pada UMKM Maju Sejahtera adalah: 1) Adanya peningkatan pengetahuan mitra mengenai pencatatan keuangan, hal ini dibuktikan oleh hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta. 2) seluruh peserta telah mengikuti secara tuntas pelatihan yang dilaksanakan secara tatap muka. 2) adanya interaksi (tanya jawab) antara peserta dengan narasumber.



Gambar 3. Pelatihan Dan Praktik Pencatatan Keuangan

3.2 Masyarakat Sasaran

Sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah anggota UMKM Maju Sejahtera di Desa Jangka Masjid Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh, Indonesia.

3.3 Pembahasan

Dalam rangka pengabdian kepada UMKM Maju Sejahtera di Desa Jangka Masjid, Kabupaten Bireuen, Aceh, fokus utama adalah memberikan peningkatan pada pemahaman dan keterampilan manajemen usaha serta pemasaran digital produk kelapa gongseng. Setelah melaksanakan serangkaian kegiatan yang terstruktur, berikut adalah hasil yang diperoleh serta diskusi terkait hasil tersebut:

Partisipasi Peserta yang Komprehensif: Seluruh anggota UMKM Maju Sejahtera dengan total 6 anggota serta pengelola utama telah berpartisipasi penuh dalam pelatihan tatap muka mengenai manajemen usaha dan pemasaran digital. **Peningkatan Pengetahuan Mitra:** Melalui pendekatan pelatihan tatap muka, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman anggota UMKM terkait manajemen usaha, terutama dalam pemisahan keuangan keluarga dengan keuangan usaha. Begitu pula, mereka kini lebih terampil dalam memahami serta menerapkan konsep-konsep dasar pemasaran digital.

Praktik Langsung dalam Pemasaran Digital: Peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan pengetahuan yang diperoleh langsung dalam platform digital, seperti marketplace dan media sosial. Ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola pemasaran produk secara online. **Interaksi dan Keterlibatan yang Aktif:** Selama sesi pelatihan, terjadi interaksi yang aktif antara narasumber dan peserta. Hal ini memfasilitasi pertukaran ide, klarifikasi, serta diskusi yang mendalam terkait tantangan yang mereka hadapi dalam menerapkan pengetahuan baru.

Peningkatan Kualitas Manajemen Usaha: Dengan memisahkan keuangan usaha dari keuangan keluarga, UMKM Maju Sejahtera telah mengambil langkah signifikan dalam mengelola bisnis secara lebih profesional. Ini akan membantu dalam menilai profitabilitas usaha secara lebih akurat dan mengambil keputusan yang lebih tepat terkait pertumbuhan bisnis. **Ekspansi Pemasaran Melalui Digitalisasi:** Pengetahuan yang diperoleh dalam pemasaran digital memberikan peluang ekspansi yang lebih luas. Dengan mengandalkan platform online, UMKM ini dapat memperluas jangkauan pasar dan menjangkau konsumen yang lebih banyak, termasuk potensi pasar luar negeri. **Kemandirian dalam Pemasaran:** Dengan pengetahuan dan keterampilan baru dalam pemasaran digital, UMKM Maju Sejahtera dapat memanfaatkan strategi pemasaran mandiri tanpa harus bergantung pada pedagang lokal atau pengumpul. Hal ini memberikan kontrol yang lebih besar terhadap penjualan produk mereka. **Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi:** Dengan kemampuan baru dalam mengelola usaha dan mengakses pasar yang lebih luas, diharapkan UMKM Maju Sejahtera dapat meningkatkan pendapatan mereka serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.

4. Kesimpulan

Keberhasilan pengabdian kepada UMKM Maju Sejahtera di Desa Jangka Masjid, Kabupaten Bireuen, Aceh, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha serta pemasaran digital produk kelapa gongseng. Melalui pendekatan pelatihan tatap muka, seluruh anggota UMKM terlibat secara aktif dan mengalami peningkatan yang signifikan dalam pemahaman manajemen usaha dan pemasaran digital. Hasilnya mencakup peningkatan kualitas manajemen usaha dengan pemisahan keuangan keluarga dan usaha, memungkinkan pengelolaan bisnis secara lebih profesional. Selain itu, pengetahuan pemasaran digital memberikan peluang ekspansi pasar yang lebih luas melalui platform online, memberikan kemandirian dalam pemasaran tanpa harus bergantung pada pihak lain, serta berpotensi meningkatkan kesejahteraan ekonomi UMKM dan kontribusi pada perekonomian lokal. Kesimpulannya, pelatihan dan peningkatan keterampilan pada UMKM Maju Sejahtera tidak hanya meningkatkan pemahaman dan kemampuan

mereka dalam mengelola bisnis, tetapi juga membuka peluang baru dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kontribusi ekonomi pada tingkat lokal.

5. Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian ini diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan hibah internal pengabdian kepada masyarakat Universitas Almuslim tahun 2023. Kami mengucapkan terimakasih kepada Universitas Almuslim yang telah memberikan kesempatan kepada Tim untuk melaksanakan kegiatan pengabdian, serta ucapan terimakasih kepada LPPM Universitas Almuslim yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini. Dan kepada mitra kami mengucapkan terimakasih atas sambutan dan kerjasama yang sangat baik dalam pelaksanaan kegiatan.

6. Daftar Pustaka

- Dewi, N. N. K. A., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *Jurnal Manajemen Udayana*, 6(10), 5580–5606.
- Handajani, L., Akram, F., & Rifa'i. (2019). Penggunaan Pemasaran Digital Pada Usaha Home Industry Kopi Lombok. *Jurnal Abdi Insani LPPM Unram* [Preprint]. DOI: <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v6i3.267>.
- Setiawan, T., & Putro, F. H. A. (2021). Optimasi Ekonomi Less Contact Melalui Teknik Digital Marketing Pada Industri UMKM di Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali. *INTELEKTIVA: JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(4).
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Utami, R. A., et al. (2021). Pendampingan Sistem Aplikasi Keuangan dan Pengembangan Promosi Digital UKM “Resep Iboe” dalam Penerapan Less contact Economy Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5. DOI: <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6529>.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80.