

Pelatihan Peningkatan *Hard Skill* Wirausaha UMKM Go Digital pada Kabupaten Aceh Besar

Kiki Putri Amelia^{1*}, Melvi Havizatun², Hendri Mauliansyah³

Bisnis Digital, Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh, Kota Banda Aceh, Indonesia^{1,2}
Akuntansi, Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh, Kota Banda Aceh, Indonesia³

*Email Korespodensi: kiki.putri@unmuha.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 21-02-2025
Disetujui 04-03-2025
Diterbitkan 05-03-2025

Katakunci:

Digital Marketing;
Media Youtube;
Hard Skill;
UMKM.

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital berkembang semakin pesat, maka pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Di era digitalisasi saat ini para pelaku bisnis harus siap bersaing dengan meningkatkan *hard skill* dan kemampuan dalam pelayanan operasional. Salah satu media digital marketing yang sekarang banyak digunakan adalah YouTube. Youtube adalah media untuk berbagi informasi, hiburan, dan promosi produk yang memberikan kemudahan tersendiri bagi konsumen karena disajikan dalam bentuk video yang interaktif. Desa Lambaro yang terletak di Kabupaten Aceh Besar merupakan kawasan yang strategis dalam pusat perdagangan. Namun banyak pelaku UMKM di kecamatan Ingin Jaya yang belum memanfaatkan peluang dari perkembangan teknologi informasi dalam memasarkan produknya. Tujuan pengabdian untuk mengatasi permasalahan yang ada sehingga dapat meningkatkan taraf kehidupan masyarakat. Metode pelaksanaan dilakukan secara tatap muka (luring) dengan metode ceramah di salah satu rumah produksi (*home industries*) pelaku UMKM. Kesimpulan dapat menambah khasanah keilmuan bagi para pelaku UMKM. Sehingga meningkatkan pengetahuan bagi pelaku usaha terhadap pemanfaatan teknologi dan *hard skill*.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Amelia, K. P., Havizatun, M. ., & Mauliansyah, H. (2025). Pelatihan Peningkatan Hard Skill Wirausaha UMKM Go Digital pada Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 2(1), 74-80. <https://doi.org/10.62710/wcdn1067>

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi bisnis semakin berkembang pesat, perekonomian menjadi salah satu sektor yang berpengaruh dari kemajuan teknologi. Teknologi yang terus berkembang telah membuat perubahan dalam kehidupan masyarakat khususnya teknologi informasi dan komunikasi (Saraswati, 2020). Kecanggihan teknologi memunculkan berbagai inovasi yang diciptakan dengan tujuan memudahkan kegiatan masyarakat. Media digital merupakan salah satu pilihan populer saat ini, itu karena media digital mampu menjangkau pasar lebih luas dan mampu mempengaruhi pasar lebih mudah (Hendrawan, Puspitawati, dkk. 2021). Salah satu kemajuan teknologi dengan media digitalnya adalah internet, dimana internet telah merubah marketing di dunia secara permanen (Dash, Kiefer, & Paul, 2021). Era digital merupakan sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital (Larasati, Kartika, Rahayu, Khairunisa, & Julianto, 2021). Pelaku usaha perlu memanfaatkan media sosial untuk menciptakan citra merek dan mampu mendorong tingkat loyalitas konsumen (Sarjana et al., 2022).



Gambar 1. Jumlah Pengguna Medsos



Gambar 2. Pengguna Youtube

Dalam hal ini teknik marketing yang digunakan pada era digital disebut sebagai “*Digital Marketing*” atau Pemasaran secara Digital yang dapat didefinisikan sebagai semua upaya pemasaran menggunakan perangkat elektronik atau internet dengan beragam teknik marketing dan media digital dimana orang bisa berkomunikasi dengan calon konsumen yang menghabiskan waktunya dengan online (Faturachman & Krisnadi, n.d.).

Desa Lambaro merupakan sala satu desa di Kabupaten Aceh Besar yang unggul dalam sektor ekonomi, terbukti adanya banyak pelaku usaha dan juga terdapat pengrajin-pengrajin yang mempunyai kreatifitas tinggi. Desa ini dapat diakses dengan mudah, Desa Lambaro ini juga dekat

dengan pusat perdagangan/pasar sehingga pelaku UMKM semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Namun sayangnya beberapa pelaku UMKM ini tidak didukung dengan keahlian Digital Marketing.

Kebutuhan UMKM Desa Lambaro akan skill dan ketrampilan di dalam peningkatan usaha perlu memperhatikan konsep marketing 4P yaitu: produk, harga, tempat, dan promosi. Konsep ini membantu bisnis dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dengan mempertimbangkan setiap elemen dan bagaimana mereka saling berhubungan (Kotler, P. & Keller, K. L., 2016). Perkembangan teknologi yang semakin masif menciptakan peluang lebih dalam terutama pada bidang pemasaran atau marketing. Dengan melakukan marketing yang berbasis online maka, diharapkan para pelaku UMKM semakin percaya diri dalam mengembangkan bisnis dan usahanya serta terus melakukan inovasi dalam mengembangkan produk UMKM, sehingga produk UMKM yang ada di Aceh Besar dapat menembus pasar global. Salah satunya dengan memanfaatkan media “Youtube”. Hal inilah yang mendorong kami untuk melakukan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Peningkatan Hard Skill Wirausaha UMKM Go Digital Pada Kabupaten Aceh Besar” yang diselenggarakan oleh Universitas Muhammadiyah Aceh. Hal ini merupakan wujud dari Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang merupakan satu kesatuan Tri Dharma Perguruan Tinggi bertujuan untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat sekitar dan terjalinnya kerjasama yang baik antara lembaga dengan lingkungan masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dilakukan secara tatap muka (luring) dengan metode ceramah di salah satu rumah produksi (*home industry*) pelaku UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Peningkatan Hard Skill Wirausaha UMKM Go Digital Pada Kabupaten Aceh Besar” dilaksanakan pada hari Selasa, 20 Agustus 2024 bertempat di Desa/Gampong Lambaro Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar. Sasaran kegiatan yang dituju adalah masyarakat setempat, terutama bagi para pelaku UMKM yang sedang merintis bisnisnya.

Menguraikan metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan. Metode pelaksanaan diuraikan dari tahapan awal sampai akhir pengabdian yang dilakukan. Metode pelaksanaan bisa dibagi menjadi tiga sub bab yaitu bagian pra pelaksanaan, bagian pelaksanaan dan bagian evaluasi. Proses bisnis adalah serangkaian instrumen untuk mengorganisir suatu kegiatan dan untuk meningkatkan pemahaman atas keterkaitan suatu kegiatan (Weske, 2007).



Gambar 3. Tahapan Proses Dalam Mengelola Bisnis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Selasa, 20 Agustus 2024 di salah satu rumah produksi pelaku UMKM, Kecamatan Ingin Jaya. Adapun peserta yang hadir adalah masyarakat disekitar Desa Lambaro dengan mayoritas peserta yaitu dari berbagai kalangan entrepreneur dengan bisnis yang bervariasi. Dari hasil yang diperoleh masyarakat setempat sangat antusias untuk mengikuti kegiatan yang kami lakukan terutama bagi para pengusaha muda. Acara dimulai pada pukul 08.30 – 12.00 WIB dan dimulai dengan pembukaan kegiatan oleh *Master of Ceremony* (MC) yaitu Kiki Putri Amelia, S.E., MM., dengan pembacaan doa dan penyampaian materi pengabdian kepada masyarakat tentang “Pelatihan Peningkatan Hard Skill Wirausaha UMKM Go Digital” disampaikan oleh Tim Dosen Bisnis Digital.

Adapun poin-poin dari materi yang disampaikan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Media Sosial Untuk Pemasaran
2. Platform Media Sosial Populer
3. Penguasaan Teknologi Informasi
4. Penerapan SEO
5. Pengembangan Produk dan Inovasi Berbasis Digital
6. Strategi Pemasaran Digital/ Digital Marketing



Gambar 4. Penyampaian Materi dan Tanya Jawab Terhadap Penggunaan Aplikasi

Aplikasi yang digunakan sebagai praktik dalam pembuat desain produk salah satunya canva, yaitu sebagai platform desain dan komunikasi visual online yang dapat digunakan untuk mengedit foto, video, hingga slide presentasi. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pemula bisnis dalam mendesain produknya. Selanjutnya desain yang telah dikemas dengan sempurna lalu disajikan ke dalam “Youtube”, dimana YouTube sebagai media untuk berbagi informasi, hiburan, dan promosi produk yang memberikan kemudahan tersendiri bagi konsumen karena disajikan dalam bentuk video yang interaktif.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah disusun oleh Tim Dosen Fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu masyarakat dan pelaku UMKM di desa Lambaro yang masih minim pengetahuannya dalam hal mendesain produk yang menarik.



Gambar 5. Potret Hasil Kegiatan dan Desain Produk yang Dihasilkan

Hasil akhir yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terutama dalam edukasi tentang peningkatan *hardskill* dan perkembangan teknologi saat ini. Bentuk edukasi yang diberikan berupa pelatihan/praktik yang berbasis aplikasi/software dengan sistem bisnis online dan dapat digunakan dengan memakai perangkat *smartphone* dari masing-masing pelaku UMKM.

Menguraikan hasil analisis kualitatif dan/atau kuantitatif dengan penekanan pada jawaban atas permasalahan. Isi dari pembahasan ini memuat segala sesuatu tentang kegiatan yang dilakukan dalam makalah. Mulai dari konsep, perancangan, hipotesis (bila ada), percobaan, data pengamatan, dan hasil dari data pengamatan yang ada.

Hasil dan pembahasan mengikuti tahapan dalam metode penelitian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam pendahuluan. Isi wajib ada gambar kegiatan pengabdian. Hasil yang dicapai harus terukur untuk menentukan tingkat keberhasilan kegiatan yang dilakukan. Hasil yang dicapai perlu dibandingkan dengan kegiatan sejenis untuk keunggulan dan kekurangan kegiatan pengabdian yang dilakukan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Peningkatan Hard Skill Wirausaha UMKM Go Digital Pada Kabupaten Aceh Besar” yang telah dilaksanakan pada Selasa, 20 Agustus 2024, pada pukul 08.30 sampai dengan selesai. Kegiatan tersebut diikuti oleh para peserta yaitu masyarakat/pelaku UMKM yang antusias mengikuti kegiatan mulai dari penyampaian materi, praktik langsung dengan menggunakan aplikasi sampai tahapan diskusi dan tanya jawab. Adapun kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu,

1. Mengetahui cara menggabungkan strategi pemasaran melalui media sosial dan penerapan SEO dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk secara signifikan.
2. Pentingnya untuk terus mengikuti perkembangan trend dan algoritma untuk tetap kompetitif.
3. Kegiatan pelatihan ini juga dapat menambah khasanah keilmuan pengetahuan dan peningkatan skill/ketrampilan bagi seluruh peserta.

Adapun Saran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu pelatihan ini bisa dilakukan secara kontinyu dan berkelanjutan dengan tema yang berbeda dan pastinya akan memberikan kontribusi untuk kemajuan dan pengembangan usaha/bisnis UMKM yang berada di Desa Lambaro Kecamatan Ingin Jaya Kabupaten Aceh Besar.

Berisi berbagai kesimpulan yang diambil berdasarkan tujuan kegiatan pengabdian. Kesimpulan harus menjelaskan tingkat keberhasilan program pengabdian yang telah dilakukan (terukur). Bagian akhir dapat ditambahkan saran kegiatan pengabdian selanjutnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami kepada lembaga pemberi dana yaitu Lembaga Penelitian, Penerbitan dan Pengabdian, dan Pengembangan Masyarakat (LP4M) yang telah membantu mensupport dana serta kepada seluruh Tim Pengabdian dan masyarakat/pelaku usaha Desa Lambaro serta pihak terkait lainnya yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan pengabdian. Dan kami juga mengucapkan yang sebesar-besarnya kepada segenap rekan dan pimpinan perguruan tinggi kami yaitu Universitas Muhammadiyah Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, I., Rendiansyah, T., Muzakir, M., Sulindawati, R., Ilmina, R., Woyla, S., Sahmiana, S., Nasution, A., Aminah, S., & Sufriadi, S. (2024). Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM BUMDes Kantin Dali Kampong Gosong Telaga Barat, Aceh Singkil. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 96-102. <https://doi.org/10.62710/m8f9wj79>
- Agustina, Y., Daud, M., Hamid, A., Mutia, R., Sufriadi, D., & Ambartiasari, G. (2025). MEMBANGUN KERJASAMA MAHASISWA DEMI MENUMBUHKAN RASA KEKELUARGAAN YANG ELOK MELALUI PENGABDIAN MASYARAKAT. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 1388-1394.
- Ardhansyah Putra dan Dwi Saraswati. 2020. Bank dan Lembaga Keuangan

- Dash, G., Kiefer, K., & Paul, J. 2021. Marketing-to-Millennials: Marketing 4.0, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Business Research*, 122(February 2020), 608–620. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.016>
- Faturachman, F., & Krisnadi, I. (n.d.). *Youtube Adversiting Sebagai Salah Satu Strategi Digital Marketing Di Era Marketing 4.0*.
- Hendrawan, I. G. Y., Puspitawati, N. M. D. dkk. 2021. Pemanfaatan Video Reportase Berbentuk Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Awareness Konsumen Umkm Kuliner Prosiding, 25-34. Retrieved from <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/senadiba/article/view/3196%0Ahttps://ejournal.nmas.ac.id/index.php/senadiba/article/download/3196/2501>
- Kotler, P.&Keller, K.L. 2016. Marketing management. Pearson
- Kuspriyono, T. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Produk di YouTube Melalui Subscriber Tertinggi dan Kualitas Tayangan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 19(2), 165–172. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2.5453>
- Larasati, P. K. P., Kartika, K. D., Rahayu, A. S., Khairunisa, P., & Julianto, I. N. L. 2021. Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. In *SANDI: Seminar Nasional Desain* (Vol. 1). Retrieved from <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102>
- Sarjana, Sri, Najib, M. A. A., Dewi, I. K., & Khayati, N. (2022). Knowledge transformation on the economic recovery in post-pandemic. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 5(02), 93–102. <https://doi.org/10.22219/jibe.v5i02.20043>
- Triyaningsih, L., Priyadi, P. R., Rosida3, L., Sahroni, M. A., & Yusril, M. (2024). PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN PENGELOLAAN KEUANGAN DIGITAL PADA UMKM SULTAN BAG. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 510–516. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v2i2.2100>
- Website: <https://www.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>
- Weske, M., 2007. Business Process Management Concepts Languages, Architectures. New York: Springer