

COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

Peningkatan Kapasitas Produksi dan Penjualan Produk Kelapa Gongseng Aceh Pasca Pandemi COVID-19 Melalui Teknologi Tepat Guna dan Pemasaran Digital

M Saleh^{1*} | M Rasyidin² | Dasril Azmi³ | Iin Shintia⁴ | Miswardi⁵ | Muhammad Rizal⁶

^{1,6}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

²Program Studi Manajemen Ritel, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

³Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu komp, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

^{4,5}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia.

Correspondence

^{1*} Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Almuslim, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, Indonesia. Email: msaleh@umuslim.ac.id

Funding information

Universitas Almuslim.

Abstract

This article delves into the strategic enhancement of production capacity and sales of Acehnese roasted coconut products in the aftermath of the COVID-19 pandemic, leveraging the application of appropriate technology and digital marketing approaches. The focus of this community engagement initiative lies in addressing the multifaceted challenges faced by the local community, including disruptions in traditional market access and production inefficiencies exacerbated by the pandemic. The objectives of the program are meticulously outlined, detailing the implementation of innovative technological solutions and digital marketing strategies designed to increase production efficiency, product quality, and market reach. The study also discusses the anticipated socio-economic impacts, particularly the potential for sustained community empowerment and economic resilience. The integration of these modern approaches aims to foster long-term sustainability and competitive advantage for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Aceh, thereby contributing to broader economic recovery and growth.

Keywords

Community Engagement; Roasted Coconut; Appropriate Technology; Digital Marketing; Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs).

Abstrak

Artikel ini mengkaji peningkatan strategis kapasitas produksi dan penjualan produk kelapa gongseng Aceh pasca-pandemi COVID-19, melalui penerapan teknologi tepat guna dan pendekatan pemasaran digital. Inisiatif pengabdian masyarakat ini difokuskan pada penanganan berbagai tantangan kompleks yang dihadapi oleh komunitas lokal, termasuk terganggunya akses pasar tradisional dan inefisiensi produksi yang diperburuk oleh pandemi. Tujuan program ini dijelaskan secara rinci, dengan penekanan pada penerapan solusi teknologi inovatif dan strategi pemasaran digital yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi produksi, kualitas produk, dan jangkauan pasar. Studi ini juga membahas dampak sosial ekonomi yang diharapkan, khususnya potensi untuk pemberdayaan komunitas yang berkelanjutan dan peningkatan ketahanan ekonomi. Integrasi pendekatan modern ini bertujuan untuk mendukung keberlanjutan jangka panjang dan keunggulan kompetitif bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Aceh, sehingga berkontribusi pada pemulihan dan pertumbuhan ekonomi yang lebih luas.

Kata Kunci

Pengabdian Masyarakat; Kelapa Gongseng; Teknologi Tepat Guna; Pemasaran Digital; Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

1 | PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat dalam era globalisasi menuntut setiap sektor masyarakat, termasuk dunia usaha, untuk terus berinovasi dan beradaptasi guna menghadapi tantangan yang semakin kompleks. Teknologi menjadi pendorong utama perubahan di berbagai bidang, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 65,47 juta unit usaha, yang merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Namun, pandemi COVID-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor ini, menyebabkan banyak UMKM mengalami penurunan aktivitas bisnis akibat pembatasan mobilitas masyarakat yang diterapkan untuk mencegah penyebaran virus. Akibatnya, banyak UMKM terpaksa menutup usahanya, yang berdampak pada perekonomian nasional secara keseluruhan. Di sisi lain, pandemi juga mendorong percepatan transformasi digital di kalangan pelaku UMKM. Sebelum pandemi, hanya sekitar 8 juta UMKM yang terhubung dengan platform digital. Namun, pandemi telah memaksa lebih banyak pelaku usaha untuk beralih ke ekosistem digital, sehingga pada tahun 2021, jumlah UMKM yang telah "onboarding" ke dalam ekosistem digital meningkat menjadi 15,9 juta unit, atau sekitar 24,9% dari total UMKM di Indonesia (Basuki, 2023). Peralihan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya menjadi kebutuhan tetapi juga peluang bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah situasi yang tidak menentu. Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan komoditas kelapa, khususnya di daerah pesisir seperti Provinsi Aceh. Provinsi ini terkenal dengan produksi kelapa yang cukup tinggi, yang mengalami peningkatan sejak tahun 2017. Salah satu produk olahan kelapa yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah kelapa gongseng. Kelapa gongseng merupakan produk tradisional yang diolah dengan cara disangrai hingga berubah warna menjadi kecokelatan, kemudian ditumbuk atau digiling halus. Produk ini tidak hanya diminati oleh masyarakat lokal tetapi juga dipasarkan hingga ke negara tetangga seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand (Saleh *et al.*, 2022).

Desa Jangka Mesjid, Kecamatan Jangka, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, merupakan salah satu pusat industri rumah tangga pengolahan kelapa, termasuk kelapa gongseng. Industri ini memainkan peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, terutama bagi keluarga yang menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian dan pengolahan kelapa. Namun, meskipun potensi kelapa gongseng cukup besar, pelaku usaha di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi produksi maupun pemasaran. Produksi kelapa gongseng di Desa Jangka Mesjid masih dilakukan secara tradisional, yang berdampak pada keterbatasan volume produksi dan kualitas produk. Proses produksi yang masih sederhana, seperti penjemuran kelapa di bawah sinar matahari dan penggunaan alat-alat manual, membuat hasil produksi sulit untuk memenuhi standar Good Manufacturing Practice (GMP). Keterbatasan dalam penggunaan teknologi tepat guna juga menjadi salah satu faktor yang menghambat peningkatan kapasitas produksi. Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk mengimplementasikan teknologi yang lebih efisien dan sesuai dengan standar produksi yang diakui secara global (Hanim *et al.*, 2021). Selain kendala dalam produksi, manajemen usaha yang dijalankan oleh mitra di Desa Jangka Mesjid juga belum optimal. Banyak pelaku usaha yang masih menggunakan metode pembukuan tradisional dan tidak memiliki sistem manajemen keuangan yang baik. Selain itu, produk kelapa gongseng yang dihasilkan juga belum memiliki kemasan yang menarik dan belum memiliki sertifikasi halal serta izin PIRT, yang seharusnya menjadi prasyarat untuk memperluas jangkauan pasar. Kondisi ini membuat produk kelapa gongseng sulit untuk bersaing dengan produk lain yang lebih modern dan memiliki standar kualitas yang lebih baik (Budiarty *et al.*, 2022). Pandemi COVID-19 juga telah memperburuk kondisi ini. Pada tahun 2021, mitra usaha di Desa Jangka Mesjid mengalami penurunan volume penjualan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas dan dominasi pembeli yang masih berasal dari kalangan masyarakat lokal. Sementara itu, adopsi sistem pemasaran digital di kalangan pelaku usaha juga masih sangat rendah. Kebanyakan dari mereka belum memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan dan menjual produk mereka, yang mengakibatkan terbatasnya jangkauan pasar dan stagnasi dalam pertumbuhan usaha (Setiawan & Putro, 2021).

Mengatasi berbagai permasalahan ini, Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bertujuan untuk mentransfer pengetahuan dan teknologi yang relevan kepada mitra usaha di Desa Jangka Mesjid. Program ini mencakup pelatihan tentang penggunaan teknologi tepat guna dalam proses produksi kelapa gongseng, yang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Selain itu, pelatihan manajemen usaha juga akan diberikan untuk membantu mitra dalam mengelola keuangan, membuat kemasan produk yang menarik, serta mengurus sertifikasi halal dan izin PIRT. Melalui program ini, diharapkan mitra usaha dapat meningkatkan daya saing produk kelapa gongseng di pasar lokal maupun internasional (Dewi & Warmika, 2017). Program PKM ini juga berfokus pada peningkatan pengetahuan mitra mengenai konsep pemasaran berbasis digital. Dengan mengadopsi strategi pemasaran digital, diharapkan mitra dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume

penjualan produk kelapa gongseng. Pemasaran digital memungkinkan produk untuk dikenal oleh lebih banyak konsumen, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Selain itu, penggunaan platform digital juga memberikan fleksibilitas bagi mitra untuk menjalankan bisnis mereka dengan lebih efektif, terutama dalam situasi yang tidak menentu seperti pandemi COVID-19 (Ali, 2022). Sebagai bagian dari implementasi Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), kegiatan PKM ini juga mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, khususnya IKU 2 dan IKU 5. IKU 2 mengacu pada pemberian pengalaman belajar di luar kampus kepada mahasiswa, sementara IKU 5 berfokus pada hasil kerja dosen yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi mitra usaha di Desa Jangka Mesjid, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan tinggi di Indonesia (Hanim *et al.*, 2021). Pelaksanaan program PKM ini diharapkan dapat membawa perubahan signifikan dalam pengembangan usaha kelapa gongseng di Desa Jangka Mesjid. Dengan penerapan teknologi tepat guna dan strategi pemasaran digital, mitra usaha dapat meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan jangkauan pasar, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut. Program ini juga menjadi contoh nyata bagaimana kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat dapat menghasilkan solusi yang berdampak positif bagi pengembangan ekonomi lokal (Budiarty *et al.*, 2022).

2 | METODE

Penerapan IPTEK yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra selama ini dalam kegiatan PKM meliputi: 1. Proses Produksi; Penerapan IPTEK teknologi tepat guna dilakukan dalam proses produksi kelapa gongseng agar sesuai standar GMP dan mitra dapat meningkatkan produksi. Adapun teknologi tepat guna yang akan diterapkan berupa mesin parut kelapa otomatis seperti gambar berikut:



Gambar 1. Mesin parut kelapa otomatis

3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Berdasarkan hasil riset, survei, dan diskusi awal yang telah dilakukan dengan mitra, ditemukan beberapa permasalahan yang belum terselesaikan dan akan menjadi fokus dalam kegiatan PKM ini. Permasalahan yang diidentifikasi mencakup tiga bidang utama: produksi, manajemen, dan pemasaran. Di bidang produksi, masalah yang ditemukan antara lain kualitas dan mutu produk yang belum terjamin dengan baik, kurangnya pemahaman SDM tentang standar GMP, proses produksi kelapa gongseng yang masih sederhana, serta ketidakmampuan bersaing dengan produk lain. Selain itu, belum adanya penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) dan standarisasi proses produksi, serta volume produksi yang tidak meningkat karena peralatan yang masih sederhana, juga menjadi kendala. Pengetahuan SDM yang terbatas mengenai TTG dalam produksi turut memperparah kondisi ini. Di bidang manajemen, permasalahan yang ditemukan meliputi metode pembukuan yang masih tradisional, tidak adanya laporan laba-rugi, serta kurangnya evaluasi terhadap kinerja usaha. Selain itu, produk belum memiliki kemasan, label usaha, merek dagang, sertifikat halal, dan sertifikasi PIRT. Hal ini menunjukkan kurangnya perhatian terhadap aspek legalitas dan branding produk yang penting dalam menghadapi persaingan di pasar. Sedangkan di bidang pemasaran, masih terdapat kendala dalam penggunaan teknologi digital. Pemasaran masih dilakukan secara tradisional dan belum memanfaatkan pemasaran berbasis digital. Tidak adanya *website* untuk memudahkan konsumen mengakses produk, keterbatasan penguasaan platform pemasaran digital, serta jangkauan pemasaran yang hanya terbatas pada pasar lokal menjadi hambatan utama. Selain itu, pengurus dan pekerja belum memiliki keterampilan dalam mengelola bisnis digital, dan media sosial hanya digunakan untuk interaksi sosial, bukan sebagai alat promosi dan pemasaran produk.

- 1) Tahapan Pelaksanaan Terhadap Solusi Permasalahan Bidang Produksi
 Tahap pertama dalam pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) untuk usaha Maju Sejahtera dimulai dengan persiapan dan sosialisasi, di mana tim PKM akan berkoordinasi dengan kepala desa untuk mendapatkan izin serta mengumpulkan para pengurus dan pekerja guna menyosialisasikan kegiatan PKM. Tahap berikutnya adalah pelatihan yang menggunakan metode pembelajaran, diskusi, dan tanya jawab untuk menyampaikan materi dasar maupun lanjutan. Pelatihan ini meliputi pemahaman tentang standar *Good Manufacturing Practice* (GMP) dan penggunaan Teknologi Tepat Guna dalam produksi, di mana peserta akan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur pemahaman mereka. Selanjutnya, Teknologi Tepat Guna akan diterapkan dalam proses produksi kelapa gongseng, dengan peralatan yang sesuai kebutuhan mitra. Selain pelatihan, kegiatan pendampingan dan evaluasi juga akan dilakukan untuk membantu mitra dalam menciptakan inovasi produk dan memastikan penerapan standar GMP serta Teknologi Tepat Guna. Untuk keberlanjutan program, mitra berkomitmen untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah didapat, seperti melakukan produksi yang higienis sesuai dengan standar GMP serta merawat alat-alat produksi yang telah diinvestasikan oleh tim PKM.
- 2) Tahapan Pelaksanaan Terhadap Solusi Permasalahan Manajemen Usaha
 Tahap pertama dalam pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) untuk usaha Maju Sejahtera dimulai dengan persiapan dan sosialisasi. Pada tahap ini, tim PKM akan berkoordinasi dengan kepala desa untuk mendapatkan izin dan mengumpulkan para pengurus serta pekerja guna menyosialisasikan pelaksanaan PKM. Tahap berikutnya adalah pelatihan, yang menggunakan metode pembelajaran, diskusi, dan tanya jawab untuk menyampaikan secara lisan maksud, tujuan, dan sasaran pencapaian hasil belajar, serta memberikan motivasi untuk mencapai hasil yang diharapkan. Kegiatan yang akan dilaksanakan dalam tahap ini meliputi pelatihan dan praktik manajemen keuangan, di mana peserta dibekali dengan materi tentang manajemen keuangan dan langsung praktik dalam penyusunan laporan keuangan usaha dengan durasi kegiatan selama 4 JP. Selain itu, peserta juga akan dilatih dalam membuat kemasan produk, label usaha, dan inovasi, yang mencakup pembuatan packaging produk dan penyusunan merek dagang. Lebih lanjut, peserta akan diberikan pemahaman tentang proses pengurusan sertifikat halal produk dan sertifikasi PIRT melalui diskusi, tanya jawab, dan praktik.
- 3) Tahap penerapan Teknologi
 Teknologi yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah inovasi produk berupa: kemasan produk, label usaha, merek dagang dan PIRT produk.
- 4) Tahap pendampingan dan evaluasi Selain memberikan materi melalui pelatihan, pendampingan selanjutnya akan dilaksanakan dalam untuk memastikan tidak adanya kendala yang dihadapi oleh mitra, dan evaluasi kegiatan dilakukan selama masa pendampingan untuk memastikan apakah mitra mampu memahami tentang manajemen keuangan, manajemen kemasan dan manajemen branding dengan baik.
- 5) Keberlanjutan Program Berdasarkan kesepakatan antara tim dan mitra, untuk terus keberlanjutan program, mitra berkomitmen untuk menerapkan IPTEK yang telah didapatkan dari tim, seperti:
 - a) Akan menerapkan manajemen keuangan dalam usaha.
 - b) Akan menggunakan label/kemasan yang telah disusun bersama-sama dengan tim.
 - c) Mdan memperpanjang pengurusan PIRT.
- 6) Tahapan Pelaksanaan Terhadap Solusi Permasalahan Pemasaran Produk
 Tahap pertama dalam pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) untuk usaha Maju Sejahtera dimulai dengan persiapan dan sosialisasi. Pada tahap ini, tim PKM akan berkoordinasi dengan kepala desa untuk mendapatkan izin dan mengumpulkan para pengurus serta pekerja guna menyosialisasikan rencana pelaksanaan PKM. Selanjutnya, pada tahap pelatihan, digunakan metode pembelajaran, diskusi, dan tanya jawab untuk menyampaikan maksud, tujuan, serta sasaran pencapaian hasil belajar, dan memotivasi peserta. Kegiatan yang akan dilaksanakan meliputi pendampingan usaha melalui pembuatan *website* untuk pemasaran produk, di mana peserta akan praktik langsung menggunakan *website* atau aplikasi dengan durasi kegiatan selama 4 JP. Selain itu, pelatihan penggunaan platform pemasaran digital dan strategi pemasaran digital juga akan dilakukan, masing-masing dengan durasi 2 JP. Dalam tahap penerapan teknologi, *website* usaha mitra akan diperkenalkan sebagai alat untuk memudahkan konsumen mengakses produk, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Tahap pendampingan dan evaluasi akan dilakukan untuk memastikan tidak ada kendala dalam penggunaan *website*, dan mengevaluasi apakah digitalisasi usaha telah berjalan dengan baik. Untuk keberlanjutan program, mitra berkomitmen memaksimalkan penggunaan *website* dengan menunjuk operator komputer yang akan membuat konten menarik, melakukan pemasaran berbasis digital secara berkelanjutan, serta mengikuti pelatihan tambahan terkait pemasaran digital guna meningkatkan kapasitas pengetahuan mitra.
- 7) Partisipasi Mitra Kegiatan PKM ini akan bekerja sama dengan usaha Maju Sejahtera yang memproduksi kelapa gongseng. Partisipasi mitra dalam PKM akan memfasilitasi tempat pelaksanaan PKM dan tempat untuk pelatihan berupa ruangan dan hal-hal yang bersifat teknis di lapangan untuk pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.
- 8) Evaluasi Program Evaluasi akan dilaksanakan pada bulan ke-2 setelah kegiatan selesai dilaksanakan dengan tujuan untuk memastikan apakah program yang telah dilaksanakan mendukung mitra dalam meningkatkan kapasitas bidang

produksi, bidang manajemen usaha, dan bidang pemasaran produk dan mengatasi kendala dalam penggunaan *website* usaha. Tim berkomitmen untuk tetap melanjutkan program pendampingan secara kontinue dalam bentuk pendampingan dan penyelesaian kendala yang dihadapi oleh mitra.

RENCANA JADWAL PELAKSANAAN KEGIATAN									
No	Nama Kegiatan	Bulan							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Persiapan pelaksanaan pengabdian	x							
2	Kunjungan dan FGD dengan mitra		x						
3	Persiapan perlengkapan produksi untuk diinvestasikan kepada mitra		x						
4	Pelatihan manajemen SDM Teknologi Tepat Guna		x						
5	Pelatihan manajemen keuangan, manajemen kemasan dan branding produk			x					
6	Pelatihan pemasaran berbasis digital				x				
7	Pendampingan penggunaan website usaha			x	x	x	x		
8	Menyusun luaran wajib dan tambahan			x	x	x	x		
9	Menyusun laporan kemajuan dan akhir						x	x	x
10	Monitoring							x	x
11	Evaluasi kegiatan								x

• Untuk ruang lingkup PKM pelaksanaan kegiatan minimal 8 (delapan) bulan.

F. Rangkuman Rencana Anggaran Biaya

RANGKUMAN RAB				
No	Kelompok Biaya	Jumlah Dana		
		Dana Dikti	Dana Perguruan Tinggi (jika ada)	Mitra Pemberi Dana (jika ada)
1	Biaya Upah dan Jasa (maksimal 10%)	3.200.000		
2	Teknologi dan Inovasi (minimal 50%)	23.215.000		
3	Biaya Pelatihan (maksimal 20%)	8.160.000		
4	Biaya Perjalanan (maksimal 15%)	4.675.000		
5	Biaya Lainnya (maksimal 5%)	2.000.000	1.500.000	
	Total	41.250.000	1.500.000	

Gambar 2. Rencana Pelaksanaan Kegiatan dan RAB



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

3.2 Pembahasan

Penerapan teknologi yang sesuai dalam proses produksi memiliki peran krusial dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas produk yang dihasilkan. Di Desa Jangka Mesjid, Kecamatan Jangka, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh, penggunaan mesin parut kelapa otomatis menjadi salah satu langkah penting dalam meningkatkan kapasitas produksi kelapa gongseng. Teknologi ini menggantikan metode manual yang sebelumnya digunakan, yang memerlukan waktu lebih lama dan menghasilkan produk dengan kualitas yang tidak seragam. Dengan adopsi teknologi ini, mitra usaha dapat meningkatkan jumlah produksi dan memastikan kualitas produk yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Standar *Good Manufacturing Practice* (GMP) juga menjadi perhatian utama dalam penerapan teknologi tepat guna. GMP merupakan standar internasional yang memastikan bahwa proses produksi makanan dilakukan dengan cara yang higienis dan konsisten, sehingga produk yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi. Implementasi GMP di Desa Jangka Mesjid membantu mitra usaha untuk tidak hanya meningkatkan kualitas produk tetapi juga memperluas akses pasar, termasuk ke pasar ekspor yang memiliki persyaratan ketat terhadap standar kualitas dan keamanan produk (Hanim *et al.*, 2021).

Aspek manajemen usaha menjadi elemen penting yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Melalui program ini, mitra usaha di Desa Jangka Mesjid diberikan pelatihan dan pendampingan dalam mengelola keuangan, termasuk bagaimana menyusun laporan keuangan yang akurat dan melakukan evaluasi kinerja usaha secara rutin. Sebelumnya, mitra usaha cenderung menggunakan metode pembukuan tradisional yang kurang memadai untuk menangani kebutuhan bisnis yang semakin berkembang. Dengan diperkenalkannya sistem manajemen keuangan yang lebih modern dan terstruktur, mitra usaha dapat memastikan kelangsungan usaha mereka dan meningkatkan efisiensi operasional. Pengembangan kemasan produk juga menjadi fokus penting dalam program ini. Produk kelapa gongseng yang dihasilkan selama ini belum memiliki

kemasan yang menarik atau label yang sesuai, yang menjadi penghalang dalam upaya memperluas pasar. Kemasan produk yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif, yang dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Sertifikasi halal dan izin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) menjadi langkah strategis lain untuk meningkatkan daya saing produk. Sertifikasi ini penting untuk memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang mereka beli memenuhi standar kesehatan dan kehalalan, terutama di pasar domestik Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Dengan adanya sertifikasi ini, produk kelapa gongseng dari Desa Jangka Mesjid memiliki peluang lebih besar untuk diterima di pasar lokal maupun internasional (Budiarty *et al.*, 2022). Transformasi digital telah menjadi salah satu perubahan signifikan dalam sektor UMKM, terutama setelah pandemi COVID-19. Pandemi ini mendorong banyak pelaku usaha untuk beralih dari metode pemasaran tradisional ke pemasaran berbasis digital. Pemasaran digital memberikan keunggulan kompetitif, termasuk kemampuan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, mengoptimalkan biaya pemasaran, dan memfasilitasi interaksi langsung dengan konsumen. Dalam program ini, mitra usaha diberikan pelatihan intensif tentang penggunaan berbagai platform digital untuk promosi dan penjualan produk mereka. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi strategi utama dalam pemasaran digital. Platform ini memungkinkan mitra usaha untuk menampilkan produk secara menarik, berkomunikasi langsung dengan pelanggan, dan melakukan transaksi penjualan secara efektif. Selain itu, pelatihan juga mencakup pembuatan situs web usaha, yang berfungsi sebagai pusat informasi dan platform penjualan online. Situs web ini dirancang untuk menampilkan produk kelapa gongseng dengan cara yang profesional dan informatif, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempermudah akses pembelian (Setiawan & Putro, 2021). Pemasaran digital juga memungkinkan mitra usaha untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan konsumen. Dengan bantuan analitik yang tersedia di platform digital, mitra usaha dapat memantau kinerja kampanye pemasaran mereka secara real-time, mengidentifikasi produk yang paling diminati, dan menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan data yang diperoleh. Kemampuan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan usaha dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Penerapan teknologi tepat guna, penguatan manajemen usaha, dan strategi pemasaran digital dalam program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi mitra usaha, tetapi juga memiliki dampak yang lebih luas bagi masyarakat sekitar. Di tingkat komunitas, program ini berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan penduduk. Dengan peningkatan kapasitas produksi dan volume penjualan, mitra usaha dapat menciptakan lapangan kerja tambahan bagi masyarakat lokal, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan keluarga dan memperkuat ekonomi lokal. Program ini juga memberikan dampak positif dalam pemberdayaan perempuan, karena banyak pelaku usaha kelapa gongseng di Desa Jangka Mesjid adalah perempuan. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan yang diberikan, perempuan di komunitas ini memperoleh keterampilan baru yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan dan memperkuat peran mereka dalam ekonomi keluarga dan masyarakat. Ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan di sektor ekonomi (Dewi & Warmika, 2017).

Keberhasilan program ini tidak hanya berdampak pada tingkat lokal tetapi juga dapat menjadi model bagi pengembangan UMKM di daerah lain di Indonesia. Penerapan teknologi tepat guna dan pemasaran digital relevan untuk berbagai sektor, tidak hanya untuk pengolahan kelapa gongseng. Dengan memperluas penerapan strategi ini, program ini berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan ekonomi nasional melalui pemberdayaan UMKM. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna, penguatan manajemen usaha, dan strategi pemasaran digital merupakan langkah-langkah penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM, khususnya di sektor pengolahan kelapa di Desa Jangka Mesjid. Program ini tidak hanya memberikan solusi praktis untuk tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha tetapi juga memiliki dampak sosial dan ekonomi yang signifikan. Dukungan berkelanjutan terhadap inisiatif seperti ini diharapkan dapat memperkuat peran UMKM sebagai pilar utama dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

4 | KESIMPULAN

Mitra dalam kegiatan PKM ini adalah usaha Maju Sejahtera di Desa Jangka Mesjid Provinsi Aceh Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. usaha Maju Sejahtera didirikan pada tahun 2015 dan mulai memproduksi kelapa gongseng sejak tahun 2016 sampai dengan sekarang. Meskipun mitra sudah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun namun produk yang dihasilkan oleh mitra kurang menarik serta pemasaran masih dilakukan secara tradisional dan hanya mampu menguasai pasar lokal dan sekitarnya dan belum pernah mendapatkan sentuhan teknologi maupun pelatihan manajemen usaha, oleh karena itu perlu dilakukan penerapan IPTEK dalam pengembangan usaha mitra. Manfaat IPTEK yang akan diterapkan yaitu mitra dapat meningkatkan kapasitas produksi kelapa gongseng sampai dengan 50 kg/jam, sebelumnya

mitra masih menggunakan cara tradisional untuk proses parut kelapa atau mitra hanya mampu memproduksi 30-50 kilogram per minggu. IPTEK dalam proses produksi dengan memanfaatkan teknologi tepat guna diterapkan agar produksi yang dihasilkan mitra dapat terus meningkat dan memiliki standar yang tinggi. 1) Manajemen Usaha; Selanjutnya IPTEK yang diterapkan pada mitra adalah membuat kemasan produk, membuat label usaha dan membuat packaging produk serta mengurus sertifikat halal produk dan mengurus sertifikasi PIRT produk. Kemasan produk perlu dilakukan agar konsumen dapat mengenal dan mengingat produk yang dihasilkan oleh mitra dan mempunyai ciri khas. Selama ini produk kelapa gongseng belum adanya kemasan/label/ packaging produk. Melalui PKM ini akan diterapkan IPTEK pada mitra untuk melahirkan inovasi dalam bentuk kemasan produk yang menarik. 2) Pemasaran; Selama ini mitra masih menggunakan metode pemasaran tradisional yaitu menjual produk ke pasar, petani pengumpul, dan penjualan kelapa gongseng hanya mampu menguasai pasar lokal dan sekitarnya. Teknik pemasaran modern perlu diterapkan pada mitra agar jumlah konsumen bertambah sehingga dapat meningkatkan omset. Penerapan IPTEK yang diterapkan pada bidang pemasaran adalah: Pembuatan *website* usaha, melalui *website* maka akan memudahkan konsumen mengakses produk mitra, serta dapat menjangkau lebih banyak konsumen, selain itu *website* juga akan dirancang sebagai sarana peningkatan kapasitas SDM, seperti dapat mengakses pelatihan. Selanjutnya penerapan IPTEK yang diterapkan pada bidang pemasaran adalah pelatihan pemasaran digital untuk penjualan produk-produk yang dihasilkan mitra. Kegiatan ini diawali dengan pelatihan untuk mentransfer teknologi yang dilakukan bersama tim pengusul dan mitra. Selanjutnya memberikan pelatihan kepada mitra mengenai strategi marketing produk menggunakan media sosial dan penjualan pada marketplace baik dalam negeri maupun arketplace luar negeri. Strategi marketing ini dapat memperluas jangkauan pasar mitra serta dapat meningkatkan omset mitra terutama pada masa pasca pandemi covid-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Berisi deskripsi tentang ucapan terima kasih atau pengakuan kepada pihak-pihak (perorangan atau institusi) yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat.

REFERENSI

- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102. DOI: <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>.
- Aisyah, N. A. N., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Adaptasi digital marketing dalam rangka mewujudkan ekonomi kreatif UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(1), 45-54. DOI: <http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v7i1.1723>.
- Audia, I. O. N., & Warsitasari, W. D. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Tulungagung. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 385-401.
- Budiarty, I., Emalia, Z., Sitorus, N. H., & Maimunah, E. (2022, September). Penerapan Digitalisasi UMKM di Dusun Peninjau Desa Bumi Agung Tegineneng Menghadapi Era "Less Contact Economy" pada Masa Setelah Covid-19. In *Prosiding Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi, Dan Komunitas* (Vol. 2, pp. 28-39). DOI: <https://doi.org/10.35912/stabek.v1i6.43>.
- 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. *E-Jurnal Manajemen Udayana*, 6(10), 5580-5606.
- Emzain, Z. F., Mufarrih, A. M., Qosim, N., Sarjiyana, S., Agustriyana, L., & Sudarmadji, S. (2023). Implementasi Mesin Pencampur Bumbu Otomatis untuk Meningkatkan Efisiensi Proses Produksi UMKM Anugerah Abadi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4050-4059. DOI: <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.16535>.
- Falasifah, N., & Setyowati, R. S. (2023). Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Pasca Panen Dalam Meningkatkan Produktivitas Pertanian Biji-Bijian. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 5474-5483. DOI: <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.17793>.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 2, No. 1, pp. 30-39). DOI:

<https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>.

- Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran Digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 181-186. DOI: <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.494>.
- Hisyam, M., Yanizon, A., Ramli, R. A., Nasution, H., Angraini, D., Wibowo, E. A., & Ramses, R. (2023). Pemanfaatan Media Pemasaran Digital: Upaya Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm Di Pulau Panjang, Kelurahan Sijantung, Kecamatan Galang, Kota Batam. *MINDA BAHARU*, 7(2), 351-364. DOI: <https://doi.org/10.33373/jmb.v7i2.5818>.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan kepribadian terhadap perilaku manajemen keuangan pada pelaku UMKM sentra kerajinan batik KABUPATEN BANTUL. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(1), 96-110. DOI: <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>.
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Nurmasari, N. D., Jazuli, A. M., & Nurad, R. (2023). Peningkatan Online Engagement Melalui Sosialisasi Pembuatan Video Konten Pemasaran dan Media Promosi Digital. *Dedikasi Sains dan Teknologi (DST)*, 3(2), 206-211. DOI: [10.47709/dst.v3i2.3229](https://doi.org/10.47709/dst.v3i2.3229).
- Parasari, N. S. M., Suputra, I. M. G., Anggreswari, N. P. Y., & Pidada, I. A. I. (2023). Upaya Peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Pitra Tabanan Melalui Sosialisasi Edukasi Pemasaran Digital. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 837-845. DOI: <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i2.5371>.
- Rahmadieni, R. Y., & Wahyuni, E. I. (2022). Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan pemasaran berbasis teknologi pada UMKM Di Desa Bulusulur. *Jurnal Al Basirah*, 2(1), 17-26.
- Saleh, M., Rasyidin, M., & Muttaqim, H. (2022). Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Industri Rumah Tangga Kelapa Gongseng (U Neulheu) Kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 212-218. DOI: <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.473>.
- Setiawan, T., & Putro, F. H. A. (2021). Optimasi Ekonomi Less Contact Melalui Teknik Digital Marketing Pada Industri UMKM di Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(04), 33-48.
- Setyahuni, S. W., & Oktoriza, L. A. (2023). Digital Marketing Literacy: Upgrading UMKM distro Dan Clothing sebagai Strategi Peningkatan penjualan. *Jurnal Abdimas PHB Vol*, 6(4).
- Syafi'i, A., & Mertayasa, A. (2024). Penggunaan Teknologi Tepat Guna Dalam Upaya Pengembangan Ekonomi Pedesaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Repositori IMWI*, 7.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Yuliyanti, S. D., & Wulandari, I. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing Sebagai Media Pemasaran Pada Pelaku Umkm Di Kelurahan Tambak Kabupaten Klaten. *Al-Ijtima': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 151-161. DOI: <https://doi.org/10.53515/aijpkm.v4i1.93>.
- Zed, E. Z., Rizkiyah, A., Zaien, R. N., Jannah, R. R., Sunaji, A. E., & Reza, A. F. (2024). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm di Kecamatan Cibarusah. *Jurnal Inovasi Global*, 2(3), 460-473. DOI: <https://doi.org/10.58344/jig.v2i3.79>.

How to cite this article: Saleh, M., Rasyidin, M., Azmi, D., Shintia, I., Miswardi, & Rizal, M. (2024). Peningkatan Kapasitas Produksi dan Penjualan Produk Kelapa Gongseng Aceh Pasca Pandemi COVID-19 Melalui Teknologi Tepat Guna dan Pemasaran Digital. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 400-407. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i2.356>.