

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENGUSAHA MUDA DI GAMPONG UTENKOT KOTA LHOKSEUMAWE

NAIDI FAISAL¹, BOBBY RAHMAN², TEUKU KEMAL FASYA³, MUCHLIS⁴,
KAMARUDDIN⁵, TEUKU MUZAFFARSYAH⁶

Universitas Malikussaleh
e-mail: bobby.rahman@unimal.ac.id

ABSTRACT

Digital marketing skills are essential in the digital economy era to drive business growth. Understanding the basic concepts of digital marketing, including the importance of an online presence and strategies for building a strong brand, is the main focus of this training. Participants were taught how to utilize digital platforms such as social media (Facebook, Instagram, Twitter), websites, and e-commerce. Search Engine Optimization (SEO) and Search Engine Marketing (SEM) techniques were introduced to increase the visibility of a business in search engines. In addition, participants are trained in graphic design and copywriting to create engaging content, as well as product photography and videography to reinforce visual appeal. Leveraging analytics tools like Google Analytics and Facebook Ads Manager helps participants measure campaign effectiveness and make data-driven decisions. Training methods include workshops, hands-on training, and mentoring sessions. Workshops and hands-on exercises give participants the opportunity to apply what they have learned, while mentoring sessions help overcome their business challenges. After the training, evaluation and feedback are carried out to measure understanding and provide recommendations for improvement. This training is expected to help young entrepreneurs in Gampong Uteunkot increase sales, brand awareness, and support local economic growth.

Key Words: Digital Marketing, Young Entrepreneurs, and Digital Economy

ABSTRAK

Keterampilan digital marketing sangat penting di era ekonomi digital untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Pemahaman tentang konsep dasar pemasaran digital, termasuk pentingnya keberadaan online dan strategi membangun brand yang kuat, menjadi fokus utama pelatihan ini. Peserta diajarkan cara memanfaatkan platform digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, Twitter), website, dan e-commerce. Teknik Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM) diperkenalkan untuk meningkatkan visibilitas bisnis di mesin pencari. Selain itu, peserta dilatih dalam desain grafis dan copywriting untuk menciptakan konten yang menarik, serta fotografi dan videografi produk untuk memperkuat daya tarik visual. Pemanfaatan alat analitik seperti Google Analytics dan Facebook Ads Manager membantu peserta mengukur efektivitas kampanye dan membuat keputusan berbasis data. Metode pelatihan mencakup workshop, hands-on training, dan sesi mentoring. Workshop dan latihan praktik memberi peserta kesempatan menerapkan apa yang telah dipelajari, sementara sesi mentoring membantu mengatasi tantangan bisnis mereka. Setelah pelatihan, evaluasi dan feedback dilakukan untuk mengukur pemahaman serta memberikan rekomendasi perbaikan. Pelatihan ini diharapkan membantu pengusaha muda di Gampong Uteunkot meningkatkan penjualan, brand awareness, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Pengusaha Muda, dan Ekonomi Digital*

PENDAHULUAN

Pengusaha muda di bidang ini menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah kurangnya keahlian dalam penggunaan perangkat digital untuk pemasaran dan manajemen perusahaan, dengan lapangan kerja di Indonesia yang diperkirakan akan semakin sempit dan pengangguran makin tinggi, maka diperlukannya peningkatan sumber daya manusia dalam bentuk pelatihan *digital marketing* sebagai upaya memberikan harapan dan alternatif mata pencarian baru (Purnomo, 2020). Perkembangan teknologi khususnya dunia digital dan internet membuat peluang baru bagi para pelaku bisnis (Setyawan et al., 2023). Banyak pemilik bisnis masih belum menyadari nilai pemasaran digital dan cara menggabungkannya ke dalam operasi sehari-hari mereka. Memanfaatkan teknologi digital secara maksimal semakin terhambat oleh terbatasnya akses mereka ke infrastruktur digital, seperti internet yang andal dan cepat (Luo et al., 2023). Pelayanan produk yang bersifat tidak berwujud, yang melibatkan usaha manusia dan penggunaan peralatan, juga menjadi bagian penting dalam manajemen bisnis modern, seiring dengan penerapan strategi digital yang efektif (Rahman et al., 2023).

Namun, ada banyak sekali pilihan yang disediakan oleh pemasaran digital. Pengusaha dapat memperluas jangkauan pasar mereka dengan menggunakan saluran digital, tidak hanya secara lokal tetapi juga secara regional dan bahkan internasional. Melalui penggunaan alat analisis untuk menilai efektivitas kampanye dan memodifikasi strategi pemasaran mereka berdasarkan informasi yang dikumpulkan, pengusaha juga dapat melakukan pemasaran yang lebih efektif dan efisien berkat pemasaran digital (Luo et al., 2023). Program pelatihan ini dirancang untuk

memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan kepada pengusaha muda. Pelatihan mencakup berbagai aspek penting, seperti penggunaan media sosial, SEO, SEM, desain grafis, *copywriting*, serta pemanfaatan alat analitik seperti Google Analytics dan Facebook Ads Manager (Digital Market Asia., 2023).

Selain itu, program ini juga menyediakan workshop, *hands-on training*, dan sesi mentoring yang akan membantu peserta untuk mempraktikkan apa yang telah dipelajari dan mendapatkan bimbingan dari ahli *digital marketing*. Melalui pelatihan ini, diharapkan pengusaha muda di Gampong Uteunkot dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya membantu meningkatkan keterampilan digital pengusaha muda, tetapi juga mendorong revitalisasi ekonomi pedesaan di era digital ini.

Peningkatan kemampuan literasi digital bagi pengusaha muda digampong menjadi poin penting dalam mendorong perekonomian masyarakat secara umum melalui kemampuan dalam merancang dan memproduksi konten digital dalam memasarkan produknya. Konsep "pemasaran digital" menggabungkan sejumlah teknik pemasaran dengan media digital untuk mengiklankan barang, layanan, atau merek kepada audiens target tertentu (Brown, 2019). Pemasaran digital lebih dari sekadar menyebarkan pesan ke klien potensial atau menjalankan kampanye untuk iklan daring. Dengan memanfaatkan kekuatan dunia digital untuk mencapai tujuan perusahaan, pemasaran digital merupakan jenis pemasaran yang mendalam (Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, 2019).

Dalam dunia bisnis saat ini, pemasaran digital memiliki dampak yang signifikan. Pengusaha muda harus membuat rencana yang tepat, mengawasi kinerja, dan mengukur hasil agar dapat memperoleh manfaat penuh dari pemasaran digital. Dalam lingkungan digital yang terus berubah, pemasaran digital dapat menjadi instrumen yang sangat berguna untuk mencapai tujuan perusahaan dan menjadi sukses (Smith, 2020). Berikut ini adalah beberapa manfaat pemasaran digital. Pertama, kapasitas untuk menyesuaikan diri dalam menanggapi perubahan kondisi pasar. Kedua, pemasaran digital yang terukur dan tertarget juga memberikan pengukuran yang terperinci, yang memungkinkan pelaku bisnis untuk secara akurat menentukan apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan dengan mengukur setiap aspek efektivitas kampanye. Ketiga, kemampuan beradaptasi memungkinkan pemilik bisnis muda untuk merencanakan dan memodifikasi strategi mereka.

Berangkat dari persoalan tersebut maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat "*Digital Marketing* untuk Pengusaha Muda di Era Ekonomi Digital di Gampong Uteunkot" bertujuan untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh pengusaha muda di gampong tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini penting dilaksanakan sehingga dapat memberi pengetahuan bagi pengusaha muda tentang dampak dari pengetahuan digital marketing. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tersebut dimana adanya pelatihan bagi pemuda di Gampong Uteunkot, Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe, waktu pelaksanaan selama dua hari antara tanggal 31 Juli sampai dengan 1 Agustus 2024 bersifat isidental. Terlaksananya kegiatan ini juga melibatkan semua pihak dari mitra pengabdian kepada masyarakat.

1. Obeservasi

Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan: Tahap awal adalah melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tujuan pengusaha muda di Gampong Uteunkot dalam mengembangkan keterampilan digital marketing mereka. Ini dapat melibatkan survey, wawancara, atau diskusi kelompok dengan target peserta dan pemangku kepentingan lokal.

2. Pelatihan

Selama sesi pelatihan, instruktur dapat menyampaikan materi pelatihan dengan pendekatan yang interaktif dan terlibat. Ini dapat melibatkan kombinasi presentasi, diskusi kelompok, studi kasus, dan latihan praktis menggunakan perangkat lunak atau platform digital yang relevan. Adanya waktu untuk tanya jawab dan diskusi untuk memfasilitasi pemahaman yang lebih baik.

3. Evaluasi

Setelah pelatihan selesai, lakukan evaluasi untuk mengukur efektivitas program dan memperoleh umpan balik dari peserta. Ini dapat dilakukan melalui kuesioner evaluasi atau sesi diskusi reflektif. Gunakan hasil evaluasi untuk meningkatkan dan menyempurnakan program pelatihan di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Uteunkot terletak di Kecamatan Muara Dua yang masih menjadi bagian dari Permukiman Cunda Kota Lhokseumawe, di titik yang strategis. Luas wilayahnya yang sangat luas mencapai dan berbatasan dengan sejumlah permukiman lainnya; Desa Uteunkot memiliki lima dusun. Berdasarkan kondisi lahan saat ini, jumlah penduduk diperkirakan sedikitnya 6.500 jiwa. Penduduk Desa Uteunkot sebagian besar berprofesi sebagai wiraswasta, wiraswasta, dan pegawai negeri sipil.

Desa Uteunkot memiliki arti penting secara historis karena dulunya merupakan tempat tinggal kerajaan yang megah. Selain

itu, wilayah Uteunkot merupakan lokasi penting untuk perdagangan, karena di lokasi ini terdapat jalan utama negara bagian Medan-Banda Aceh. Karena perbukitan di sebelah selatan dusun tersebut, daerah tersebut dikenal sebagai Uteunkot. Uteun berarti hutan, dan Kot atau Cot berarti perbukitan. Dari sinilah nama desa ini berasal.



Gambar 1: Peta Lokasi Gampong Uteunkot

Pengusaha muda di era ekonomi digital di Gampong Uteunkot belum begitu maksimal dalam memanfaatkan platform digital sehingga perlu diadakan pelatihan tersebut dalam melakukan pemasaran produknya. Berdasarkan fenomena ini sehingga diadakannya pelatihan marketing untuk pengusaha muda di era ekonomi digital di Gampong Uteunkot tentunya selain melibatkan para pengusaha muda juga melibatkan unsur-unsur pemerintahan Gampong Uteunkot juga. Hal ini diperlukan sehingga semua memahami bagaimana cara mempromosikan terhadap produk dan jasa secara digital bagi pengusaha muda di Gampong Uteunkot sehingga lebih maksimal dan menjangkau pasar secara luas. Maka strategi awal pelaksanaan pelatihan mengajak para pengusaha muda yang selama ini menekuni berbagai usaha kecil baik produk maupun jasa. Jumlah peserta Pelatihan dengan klasifikasi Umur.

Tabel 1: Jumlah peserta Pelatihan dengan klasifikasi usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Total %
Pelaku usaha Kuliner	15	50.0
Pelaku usaha obat herbal	10	35.0
Pimpinan unit Pemerintahan desa	5	15.0
Jumlah	30	100,00

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa margin keuntungan bagi seorang juru masak kawakan relatif tinggi, yakni mencapai 50% dari total keuntungan. Persentase ini menunjukkan kepada para pelaku usaha Gampong Uteunkot yang masih mudah tertipu sebagai peserta pelatihan bahwa pengetahuan literasi pemasaran digital yang selama ini telah dilakukan masih sangat terbatas. Karena hampir semua pelaku usaha adalah perempuan, banyak dari mereka yang tidak setuju dengan pelatihan ini. Kegiatan dalam pelatihan ini meliputi topik-topik seperti pemasaran digital, penggunaan media digital, dan pembuatan konten yang menarik. Hal ini menjadi poin yang sangat penting untuk disampaikan dalam pelatihan ini guna mendukung keberhasilan usaha yang tengah digeluti oleh para wirausahawan muda di Gampong Uteunkot. Proses ini berlanjut dalam bentuk pembelajaran untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang kecil dan menarik.

Pelaksanaan pelatihan ini selain melibatkan unsur akademisi yang memiliki kepakarannya dibidang komunikasi digital, juga melibatkan unsur dari pemerintah Kota Lhokseumawe. Pada dasarnya proses pengabdian ini juga memberikan peluang bagi para peserta agar lebih meningkatkan kemampuan literasi terhadap pengusaha muda di Gampong Uteunkot. Aspek penting dari marketing digital bagi masyarakat menjadi

sebuah penilaian dari audiens dan kaitan dengan efisiensi terhadap marketing digital di gampong Uteunkot. Selain itu, prosedur yang berkaitan dengan produksi konten yang dinamis, bermanfaat, dan ideal diterapkan untuk mencapai pembangunan ekonomi lokal.

Efisiensi promosi dan sosialisasi dengan marketing digital bagi pengusaha muda tersebut memberikan efek yang luar biasa terhadap proses pengenalan produk dan jasa bagi calon konsumen, sebagai sebuah aspek yang paling penting dalam memberi informasi yang baik bagi calon konsumen dipasaran (Digital Market Asia., 2023). Maka pelatihan ini penting dilaksanakan di Gampong Uteunkot dalam mempromosikan beragam produk dan jasa yang dilakukan oleh pengusaha muda.

Pemerintah Desa Uteunkot harus memanfaatkan kemampuan sumber daya manusianya untuk memperkenalkan teknologi komputerisasi dan komponen digital lainnya. Oleh karena itu, hal ini perlu didukung untuk mengubah strategi pemasaran agar lebih efektif dan memaksimalkan jangkauan pasar.

Tabel 2: Jadwal pelatihan digital marketing

No	Kegiatan	Waktu	Ket
1	Sosialisasi program kegiatan	28 Juli 2024	Tim
2	Pendampingan Pelatihan Meningkatkan pengetahuan digital marketing	1 Agustus 2024	Naidi Faisal, S.IP., M.Si
3	Pendampingan Peningkatan Soft Skill Pengusaha muda	1 Agustus 2024	Muchlis, S.Pd.I., M. Sos

4	Evaluasi Pelatihan digital marketing kepada pengusaha muda gampong Uteunkot	2 Agustus 2024	Tim
---	---	----------------	-----

Jadi gambaran kegiatan diatas menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing untuk pengusaha muda di era ekonomi digital dalam membekali setiap pengusaha muda agar semakin handal dan profesional. Kegiatan berlangsung pada 4 tahapan dengan rentang waktu dari bulan Juli hingga Agustus, setiap kegiatan yang dilaksanakan diharapkan dapat mampu memberikan dampak signifikan dalam perbaikan kapasitas dan kemampuan pengusaha muda dalam memasarkan produknya terutama di Gampong Uteunkot. Kegiatan digital marketing untuk pengusaha muda di era ekonomi digital ini dihadiri dan diikuti oleh pengusaha muda yang ada pada Gampong Uteunkot. Kegiatan berlangsung di gampong setempat yang diikuti dengan sangat antusias oleh seluruh pengusaha muda yang ada, mereka mengharapkan juga agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara rutin dengan menysasar persoalan lainnya yang perlu ditingkatkan pada gampong mereka.

Kegiatan ini dapat membawa dampak bagi menguatnya perekonomian masyarakat di gampong. Karena itu Gampong Uteunkot jika berhasil akan menjadi gampong percontohan tentang iklim usaha masyarakat di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe. Gambaran dapat dilihat pada pemahaman mengenai pemasaran digital. Pada kegiatan pelatihan ini ternyata pemahaman digital marketing terhadap pengusaha muda masih kurang. Hal ini yang membuat tidak maksimalnya pemasaran produk dan jasa yang dihasilkan oleh masyarakat.

Para wirausahawan muda di dusun tersebut mengikuti sesi pelatihan pada hari kedua dan hari-hari berikutnya. Untuk memastikan bahwa para peserta tetap

bersemangat mengikuti kegiatan, materi pelatihan telah disiapkan dan disediakan. Persiapan pertama difokuskan pada pengembangan *soft skills* terkait pembuatan konten untuk pemasaran digital. Memanfaatkan fitur yang ditawarkan di berbagai platform media merupakan bagian penting dari pembelajaran kemampuan pemasaran digital. Dengan kursus ini, ada peluang untuk menciptakan proses pemasaran yang akan memungkinkan realisasi pemasaran digital yang optimal di era ekonomi digital yang kuat.



Gambar 2: Pemaparan materi Marketing digital

Pengenalan secara teoritis dilaksanakan dipertemuan perdana dan selanjutnya dilakukan praktik terkait pelayanan pembuatan konten produk dan lain sebagainya. Sehingga dapat memberikan pengaruh kepada peserta dalam menambah pengetahuan terkait dengan konten-konten pemasaran digital di era ekonomi digital seperti dewasa ini.

Adapun aspek perubahan perilaku serta presentase terhadap pemahaman materi tergambar pada tabel berikut ini.

Tabel 3: Aspek Perubahan Perilaku Serta Presentase Terhadap Pemahaman Materi Pelatihan Digital Marketing Untuk Pengusaha Muda Di Era Ekonomi Digital Di Gampong Uteunkot Kota Lhokseumawe

Tujuan	Indikator	Pemahaman (%)
Pengetahuan	Peserta pelatihan memahami	85%

	aspek materi yang disampaikan	
Keahlian	Peserta pelatihan mempunyai keahlian yang berbeda yang dapat dikerjakan secara kolaboratif	82%
Tingkat pemahaman	Peserta pelatihan memiliki jenis usaha yang variatif sehingga harus diberikan sesuai dengan tingkat jenis usahanya	84%
Ketrampilan	Peserta mempunyai ketrampilan tersendiri dalam berinovasi melakukan pemasaran digital	86%
Rata-Rata		84,25%

Indikator tersebut diperoleh dari hasil kegiatan penelitian yang memiliki persentase rata-rata sebesar 84,25 persen. Hasilnya, sikap peserta dalam memaksimalkan pemahaman mereka terhadap pemasaran digital semakin membaik. Selain itu pelatihan ini juga sangat besar antusiasnya terhadap terciptanya pemasaran digital yang maksimal serta bermanfaat dalam mewujudkan daya saing produk dan jasa pengusaha muda di era ekonomi digital (Kotler, P., & Keller, 2016).

Pelatihan ini memberi ruang dalam potensi membangun gampong yang sejahtera dan dalam bidang ekonomi. Pendampingan pelatihan pemasaran digital difokuskan pada praktek dalam melakukan pola pemasaran digital dengan menggunakan sarana yang ada seperti komputer, dan pendukung lainnya. Pembuatan konten digital dan cara penggunaan fitur-fitur pada platform media sosial dan website. Output yang dihasilkan adalah produk

dan jasa yang dihasilkan semakin mendapat hati dimata konsumen. Untuk melihat hasil pelatihan selama dua hari tersebut, pemasaran digital benar-benar dipraktikkan di bawah bimbingan tim pengabdian masyarakat.

Diharapkan para wirausahawan muda di desa Uteunkot benar-benar dapat menjalankan perusahaan mereka seefisien mungkin setelah mengikuti pelatihan yang telah diselesaikan. Hasil layanan ini pun membuahakan hasil yang sangat baik, yakni mencapai 84,25%, sehingga menjadi prosedur pemasaran digital yang berhasil dan dapat menghasilkan perekonomian masyarakat desa yang lebih baik. Maka proses pendampingan pelatihan dalam pengabdian membawa dampak bagi pengusaha muda membawa perubahan kearah yang lebih baik.



Gambar 3: Peserta sedang mengikuti pelatihan digital marketing

Hasil dari proyek pengabdian kepada masyarakat difokuskan pada menghasilkan hasil yang benar-benar memengaruhi keadaan dunia nyata, khususnya terkait potensi dan keterampilan wirausahawan muda di Desa Uteunkot untuk membuat barang mereka lebih kompetitif di pasar. Sebagai kontribusi individu universitas untuk mengatasi masalah sosial, kegiatan pelatihan ini menghasilkan keluaran yang meningkatkan atau mengubah kapasitas wirausahawan muda di Desa Uteunkot.

Pelatihan *digital marketing* untuk pengusaha muda di era ekonomi digital di Gampong Uteunkot belum begitu maksimal dilakukan oleh para pengusaha muda di gampong Uteunkot sehingga perlu diadakan

pelatihan tersebut. Para wirausahawan muda di Gampong Uteunkot dituntut untuk memiliki pemahaman mendasar tentang kegiatan ini karena pada awalnya kegiatan ini terkesan kaku. Tim Pengabdian Masyarakat melaksanakan proses ini dengan bantuan para profesional di bidang komunikasi digital dengan harapan pelatihan ini akan memberikan solusi bagi para wirausahawan muda terkait dengan kemampuan digital. Isu pertama yang dipetakan adalah bagaimana para pelaku usaha muda di Gampong Uteunkot memahami taktik pemasaran digital. Yang masih kurang adalah pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menghasilkan berbagai konten yang menarik untuk barang dan jasa yang dijual kepada konsumen.

Berdasarkan fenomena ini sehingga diadakannya pelatihan marketing untuk pengusaha muda di era ekonomi digital di Gampong Uteunkot tentunya selain melibatkan para pengusaha muda juga melibatkan unsur-unsur pemerintahan Gampong Uteunkot juga. Hal ini diperlukan sehingga semua memahami bagaimana cara mempromosikan terhadap produk dan jasa secara digital bagi pengusaha muda di Gampong Uteunkot sehingga lebih maksimal dan menjangkau pasar secara luas. Maka strategi awal pelaksanaan pelatihan mengajak para pengusaha muda yang selama ini menekuni berbagai usaha kecil baik produk maupun jasa.

Informasi di atas menunjukkan bahwa terdapat banyak pengusaha muda di bidang kuliner, yaitu sekitar 50% dari seluruh usaha. Angka ini menunjukkan bahwa pengusaha muda di Gampong Uteunkot berminat mengikuti pelatihan dan menyadari bahwa tingkat literasi pemasaran digital saat ini masih jauh di bawah ideal. Perempuan mendominasi pelatihan ini karena mereka merupakan pelaku usaha mayoritas. Pelatihan ini mencakup pengenalan pemasaran digital, penggunaan media digital, dan pemrosesan konten yang menarik. Dalam upaya mencapai keberhasilan perusahaan yang dikelola oleh para wirausahawan muda di Gampong Uteunkot, hal ini penting untuk diperkenalkan dalam

pelatihan ini. Pelatihan adalah langkah selanjutnya dalam proses ini untuk mengembangkan kemampuan pemasaran digital yang paling efektif dan dinamis. Proses penerapan instruksi ini ke dalam praktik adalah contoh nyata dari kontribusi pemikiran ilmiah mengenai kemampuan pemasaran digital.

Pelaksanaan pelatihan ini selain melibatkan unsur akademisi yang memiliki kepakaran dibidang komunikasi digital, juga melibatkan unsur dari pemerintah Kota Lhokseumawe. Pada dasarnya proses pengabdian ini juga memberikan peluang bagi para peserta agar lebih meningkatkan kemampuan literasi terhadap pengusaha muda di Gampong Uteunkot. Aspek penting dari marketing digital bagi masyarakat menjadi sebuah penilaian dari audiens dan kaitan dengan efisiensi terhadap marketing digital di gampong Uteunkot. Selanjutnya dilaksanakan praktik terkait pembuatan konten yang dinamis, praktis dan maksimal dalam mewujudkan pengembangan ekonomi masyarakat.

Efisiensi promosi dan sosialisasi dengan marketing digital bagi pengusaha muda tersebut memberikan efek yang luar biasa terhadap proses pengenalan produk dan jasa bagi calon konsumen, sebagai sebuah aspek yang paling penting dalam memberi informasi yang baik bagi calon konsumen dipasaran (Rahman et al., 2022).

Maka pelatihan ini penting dilaksanakan di Gampong Uteunkot dalam mempromosikan beragam produk dan jasa yang dilakukan oleh pengusaha muda.

Kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan, diantaranya:

1. Memberikan pemahaman dan peningkatan kemampuan literasi marketing digital bagi pengusaha muda terhadap pengembangan usaha di level setiap level gampong.
2. Memberikan pemahaman dan pelatihan berkenaan dengan produksi konten digital yang baik demi terciptanya hasil yang optimal dalam mempromosikan produk dan usaha dan jasanya.

3. Memberikan pemahaman yang komprehensif berkenaan dengan konsep digital marketing dan responsivitas calon konsumen dan pasar.

Kegiatan pengabdian ini memiliki manfaat, diantaranya:

1. Peningkatan kapasitas pelaku usaha muda baik dari aspek hard skill maupun soft skill.
2. Meningkatkan kemampuan literasi marketing digital bagi pengusaha muda di gampong diwilayah Kota Lhokseumawe.
3. Meningkatnya pemahaman pengusaha muda dalam memproduksi konten yang baik dan menarik calon konsumen dan pasar.

KESIMPULAN

Pada dasarnya gambaran dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan peningkatan kapasitas kemampuan komunikasi marketing dapat membawa dampak yang sangat baik dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga pelatihan ini sebagai pendampingan bagi pengusaha muda dalam meningkatkan daya saing dan nilai jual.
2. Dalam ekonomi digital, program pelatihan komunikasi pemasaran memberikan dukungan langsung kepada wirausahawan muda di Desa Uteunkot.
3. Tim pengabdian masyarakat di Desa Uteunkot memberikan pendampingan yang kompeten dan dapat diandalkan dalam operasi pemasaran digital.
4. Apabila program pelatihan di Desa Uteunkot berjalan efektif, maka akan menjadi contoh bagi masyarakat lain di Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe, sehingga mereka dapat lebih efektif dalam mempromosikan produk mereka.
5. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini tentu menjadi sebuah penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh

pengusaha muda Gampong Uteunkot terkait dengan pola pemasaran yang efisien sehingga dapat dirasakan manfaatnya oleh Masyarakat

6. Selain itu, masyarakat juga mendukung proyek pengabdian masyarakat ini agar kegiatan usaha Desa Uteunkot dapat berjalan dengan lancar.
7. Mitra, Keuchik Desa Uteunkot, dan ketua tim pelaksana pengabdian masyarakat akan terus bekerja sama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu mewujudkan pengabdian kepada masyarakat. Kepada Universitas Malikussaleh, lembaga yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat di Gampong Uteunkot melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Uteunkot di Kecamatan Muara Dua atas bantuannya dalam melaksanakan kegiatan PkM.

DAFTAR PUSTAKA

1. Brown, L. (2019). *Social Media Marketing: Strategies for Engaging in Facebook, Twitter & Other Social Media*. Publisher: Pearson.
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing Strategy and Implementation*. Pearson Education. - References - Scientific Research Publishing.
<https://www.scirp.org/reference/referencepapers?referenceid=3413574>
3. Digital Market Asia. (2023). *Digital Inclusion for Rural Entrepreneurs: Opportunities and Challenges*. Retrieved From Digital Market Asia.
4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (15th Edit.
5. Luo, G., Yang, Y., & Wang, L. (2023). Driving rural industry revitalization in the digital economy era: Exploring strategies and pathways in China. *PLoS ONE*, 18(9 September), e0292241.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0292241>.
6. Purnomo. (2020). Peningkatan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing. *Jurnal Karya Abdi*, 4(3), 376-381.
<https://doi.org/10.22437/jkam.v4i3.11307>
7. Rahman, B., Akmal, M., Muzaffarsyah, T., Rahman, D. A., Studi Administrasi Publik, P., & Studi Ilmu Politik, P. (2022). PELATIHAN PELAYANAN ADMINISTRASI PERKANTORAN MENUJU GAMPONG YANG GOOD GOVERNANCE DI GAMPONG KEUDE JRAT MANYANG KECAMATAN TANAH PASIR KABUPATEN ACEH UTARA. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 3(1), 218–229.
<https://doi.org/10.34010/ICOMSE.V3I1.6010>
8. Rahman, B., Akmal, M., Muzaffarsyah, T., Zuhilmi, Hidayat, B., Irfan. (2023). Peningkatan Kapasitas Aparatur Gampong Keude Jrat Manyang Kecamatan Tanah Pasir Kabupaten Aceh Utara. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 4(1), 356–366.
<https://doi.org/10.34010/icomse.v4i1.8463>.
9. Setyawan, N. A., Ayuwardani, M., Wibowo, B. Y., Vinda Setya Kartika, V. S., Malebra I., (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan & Produktivitas Bagi Komunitas KPM PKH. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 7(2), 69-76.
<https://dx.doi.org/10.36982/jam.v7i2.2456>.
10. Smith, J. (2020). Digital Marketing for Small Businesses. *Tech For Rural Development*.