

Memanfaatkan Limbah *Coco Fiber* menjadi Produk Ramah Lingkungan Menggunakan *Marketing Google My Business*

Hendra Susanto, Muttaqin, Uci Dwi Cahya
Universitas Sains Cut Nyak Dhien, Langsa, Indonesia

Disubmit: 20 September 2023 | Direvisi: 3 November 2023 | Diterima: 8 Desember 2023

Abstrak: *Coco Fiber* merupakan limbah yang sering dihasilkan oleh masyarakat khususnya di daerah Langsa. Hal ini dikarenakan masyarakat Aceh banyak yang menggunakan kelapa sebagai bahan masakannya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan terkait pemasaran dengan menggunakan platform pemasaran digital berbasis Google Bisnisku. Metode dalam penelitian ini terdiri dari perencanaan, observasi dan pelaksanaan. Hasil dari kegiatan sosialisasi telah berjalan dengan baik dan sukses. Kegiatan ini dibuktikan dengan keberhasilan mitra dalam membuat akun dan mengirimkan produk pada akun tersebut. Untuk mengurangi limbah sabut kelapa yang terlalu banyak, perlu adanya proses daur ulang limbah tersebut menjadi produk yang bernilai jual tinggi. Secara tradisional, sabut kelapa hanya digunakan untuk membuat sapu, keset, tali dan perlengkapan rumah tangga lainnya. Masyarakat telah memanfaatkan limbah sabut kelapa menjadi produk ramah lingkungan yang sangat indah dan bernilai jual tinggi. Hal ini berdampak pada peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pemasaran produk digital serta meningkatkan rasa percaya diri dalam memasarkan produk secara online.

Kata Kunci: *Coco Fiber*, Google Bisnisku, Platform Pemasaran Digital

Abstract: *Coco fiber* is waste that is often produced by society, especially in Langsa area. This is because many Acehnese people use coconut as a cooking ingredient. The aim of this activity is to provide marketing-related training using a digital marketing platform based on Google My Business. The method in this research consists of planning, observation and implementation. The results of the socialization activities have run well and were successful. This activity is proven by the partner's success in creating an account and sending products on that account. To reduce too much coconut fiber waste, it is necessary to have a recycling process for this waste into products with high selling value. Traditionally, coconut fiber is only used to make brooms, doormats, ropes and other household items. The society has utilized coconut fiber waste into an environmentally friendly product that is very beautiful and has high selling value. It has the impact of increasing participants' knowledge and understanding of digital product marketing and increasing their confidence in marketing their products online.

Keywords: *Coco Fiber*, Digital Marketing Platform, Google My Business

Hak Cipta © 2024 Penulis

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Penulis Korespondensi:

*Hendra Susanto

Email: hendrasusanto94@gmail.com

Cara sitasi: Susanto, H., Muttaqin, & Cahya, U.D. (2024). Memanfaatkan Limbah *Coco Fiber* menjadi Produk Ramah Lingkungan Menggunakan Marketing Google My Business. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 303-312, <https://doi.org/10.30812/adma.v4i2.3398>.

Pendahuluan

Coco Fiber merupakan produk hasil pengolahan sabut kelapa. Secara tradisional sabut kelapa hanya dimanfaatkan untuk bahan pembuat sapu, keset, tali dan alat-alat rumah tangga lain. Pengolahan hasil buah kelapa terutama produk turunannya masih memiliki peluang yang cukup besar. Saat ini industri pengolahan buah kelapa umumnya masih terfokus kepada pengolahan hasil daging buah sebagai hasil utama, sedangkan industri yang mengolah hasil samping buah (*by-product*) seperti air, sabut, dan tempurung kelapa masih diolah secara tradisional. Sabut kelapa terdiri dari serat dan gabus yang menghubungkan satu serat dengan serat lainnya. Serat adalah bagian yang berharga dari sabut. Setiap butir kelapa mengandung serat 525 gram (75% dari sabut), dan gabus 175 gram 25% dari sabut (Indahyani, 2011). Dengan produksi buah kelapa Indonesia rata-rata 15,5 milyar butir/tahun atau setara dengan 1,8 juta ton serat sabut, dan 3,3 juta ton debu sabut (Astuti dkk., 2023) maka cukup banyak material yang tersedia. Namun ketersediaan material yang cukup banyak tersebut belum dimanfaatkan untuk membangun industri pengolahan hasil samping buah kelapa terutama sabut kelapa secara optimal. Tidak heran bila kita masih belum mampu mengimbangi tingginya permintaan dari luar negeri akan produk turunan buah kelapa terutama produk turunan dari sabut kelapa.

Salah satu usaha untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa adalah dengan mengolah semua komponen buah menjadi produk yang bernilai tinggi (Adwimurti dkk., 2023), sehingga nilai buah kelapa akan meningkat. Sebagai contoh sabut kelapa, jika diolah menjadi produk kreativitas ramah lingkungan dapat meningkatkan nilai ekonomi kelapa. Wilayah Aceh merupakan daerah yang paling banyak menggunakan kelapa sebagai bahan konsumsi, karena hampir semua makanan di Aceh menggunakan bahan dari kelapa. Kehidupan masyarakat saat ini tidak dapat dipisahkan dengan keberadaan kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain dianggap mempunyai peran yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia, UMKM juga dapat menyerap tenaga kerja dalam skala yang cukup besar. Pertumbuhan bisnis usaha dalam skala mikro, kecil, dan menengah, kemajuan teknologi juga mengalami perkembangan yang sangat pesat, saat ini internet merupakan salah satu fasilitas kemajuan teknologi yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk secara *online*. Informasi dan Teknologi memiliki kontribusi yang besar untuk memancing kreativitas dan memperluas pengetahuan pembelajar (Dewi, 2017).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Aceh untuk 5 tahun terakhir mulai tahun 2018 hingga saat ini menunjukkan bahwa penggunaan kelapa semakin meningkat setiap tahunnya terutama untuk wilayah kota Langsa. Berdasarkan letak

geografis kota Langsa khususnya Gampong Pondok Kemuning sebagian besar merupakan lahan sektor pertanian milik PTPN 1 Langsa dan sebagian kecilnya merupakan tanaman bervariasi milik masyarakat desa setempat. Sebagian masyarakat Gampong Pondok Kemuning memiliki tanaman pohon kelapa dilingkungan rumahnya, maka dari itu tidak perlu waktu yang lama untuk menghasilkan limbah sabut kelapa dikarenakan masyarakat Aceh banyak mengonsumsi masakan yang berbahan dasar dari buah kelapa. Sabut kelapa (*coco fiber*) merupakan limbah organik rumah tangga yang apabila tidak dimanfaatkan lama kelamaan akan menjadi tumpukan sampah. Material sabut kelapa yang ramah lingkungan dan bersifat terbaharukan dapat menjadi bagian dari program pengembangan *social entrepreneurship*, *sustainable design*, *green design*, dan peningkatan produktivitas. Produktivitas merupakan suatu konsep yang bersifat universal yang bertujuan untuk menyediakan lebih banyak barang dan jasa yang akan digunakan oleh banyak manusia, dengan menggunakan sumber riil yang semakin sedikit (Alwendi, 2023).

Petani hanya memanfaatkan kelapa pada bagian buahnya saja, sehingga sabut kelapa hasil pengupasan dibiarkan begitu saja sehingga menjadi limbah tak terpakai sehingga menimbulkan masalah lingkungan. Masyarakat perlu diberikan pemahaman mengenai limbah sabut kelapa yang notabene dapat dijadikan barang yang memiliki nilai jual sehingga dapat menaikkan perekonomian masyarakat. Salah satu warga dari desa Gampong Pondok Kemuning kota Langsa sudah memberdayakan limbah sabut kelapa tersebut menjadi sebuah kreativitas ramah lingkungan seperti pembuatan miniatur rumah, taman, binatang dan lain sebagainya. Tentunya produk ini memiliki nilai jual yang tergolong baik namun terkendala dalam hal pemasaran (*marketing*). Mitra kesulitan dalam memasarkan hasil produk kepada masyarakat.

Hal ini dikarenakan mitra hanya bekerja sendiri baik itu dari membuat produk, memasarkan, sehingga mitra sangat kesulitan dalam manajemen usahanya. Ditambah mitra tidak aktif dalam mempromosikan hasil produknya ke masyarakat. Serta kurangnya dukungan dan perhatian dari pemerintah setempat dalam mengembangkan produk dikarenakan mitra tidak memiliki alat-alat yang memadai untuk memproduksi barang dengan waktu yang lebih singkat. Mitra juga tidak memiliki keahlian dibidang *digital marketing* yaitu melakukan penjualan melalui aplikasi berbasis digital. Hal ini tentunya sangat disayangkan, di mana terdapat kreativitas yang seharusnya mempunyai nilai jual tinggi tetapi terkendala dalam bidang pemasaran. Maka kami dari tim dosen Universitas Sains Cut Nyak Dhien Langsa memberikan sebuah solusi yaitu dengan melakukan sosialisasi terkait bidang pemasaran yang tepat, mudah, dan efisien yaitu menggunakan *platform Google My Business* (GMB).

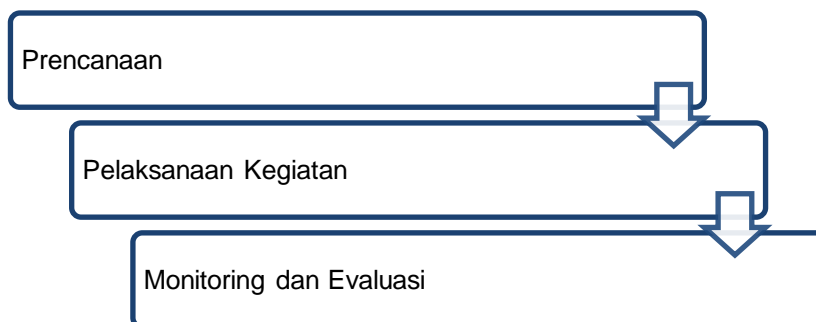
Google My Business (GMB) merupakan sebuah platform bisnis yang disediakan

oleh Perusahaan Google secara *online*, dapat digunakan secara gratis, cepat, mudah oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam mempromosikan tempat bisnisnya, mempromosikan *brand* atau produk perusahaan (Manu & Fallo, 2019). Dengan GMB dapat mempermudah pencarian informasi bisnis (dalam hal ini objek atau tempat wisata) oleh masyarakat luas dan dapat terjangkau secara nasional maupun internasional. Hal ini dikarenakan GMB terintegrasi secara langsung dengan seluruh aplikasi Google. Memasarkan produk dengan menggunakan teknologi digital berupa aplikasi pemasaran produk (*Google My Business*) dengan jangkauan sampai keluar daerah tidak hanya menjajakan di sekitar kota tempat mitra tinggal.

Peran teknologi (*digital marketing*) bagi masyarakat luas salah satunya yaitu dapat membantu mitra dalam melakukan pemasaran produk lebih mudah. *Digital Marketing* yaitu kegiatan pemasaran melalui internet atau media sosial (Cahya dkk., 2023). Besar harapan kami dengan adanya kegiatan ini, kami mencari usaha-usaha kecil didesa yang memiliki potensi (nilai jual tinggi) sehingga tujuan kami tercapai yaitu meningkatkan perekonomian usaha-usaha kecil yang ada di desa. Kami berfokus kepada memanfaatkan limbah-limbah rumah tangga sehingga menghasilkan sesuatu yang bermanfaat dan juga menciptakan generasi-generasi muda yang kreatif, inovatif serta mampu membuka lapangan pekerjaan sendiri.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diuraikan dalam beberapa tahapan. Alur ini digunakan untuk merancang kegiatan awal sampai selesai pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Adapun alur pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Proses Tahapan Kegiatan

1. Perencanaan

Gampong Pondok Kemuning sebagian besar masyarakatnya tidak memiliki penghasilan tetap sehingga hal inilah yang menjadi masalah utama, salah satu cara untuk menaikkan perekonomian masyarakat sekitar yaitu dengan cara menghidupkan rumah produksi desa dengan memberikan pendampingan berupa pelatihan program pemasaran berbasis multimedia sehingga hasil penjualan lebih efisien dan produktif. Salah satu pengusaha mikro (mitra) di dalam pengabdian ini yang bernama Faisal yang bekerja sebagai staf pada kantor BPDB Kota Langsa berstatus tenaga kontrak. Tim pengabdian mendapatkan informasi mengenai mitra melalui media masa online dan langsung mencari alamat tempat tinggal mitra, dan selanjutnya berkoordinasi dengan kepala desa setempat untuk menanyakan tentang usaha yang dimiliki mitra serta kendala yang dialami mitra.

Gampong Pondok Kemuning adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Langsa Lama Kota Langsa Provinsi Aceh. Lokasinya yang berada tak jauh dari pusat kota membuat keadaan masyarakat setempat sangat berpotensi untuk memasarkan hasil produknya. Akan tetapi dikarenakan tidak memiliki keahlian di bidang marketing penjualan yang membuat hasil produk seperti miniatur rumah perdesaan dan beragam bentuk- bentuk hewan sulit di pasarkan. Hal inilah yang mendorong kami untuk melakukan pembinaan desa dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki masyarakat setempat lalu mempromosikannya ke masyarakat luas dengan menggunakan media sosial sebagai alat utama dalam proses pemasaran. Masyarakat Gampong Pondok Kemuning sangat membutuhkan bantuan berupa pelatihan marketing pemasaran dan cara membuat akun penjualan serta cara penggunaannya. Kegiatan pemasaran ini memiliki tujuan jangka pendek dan jangka Panjang dimana jangka pendek bertujuan untuk merebut hati konsumen supaya membeli barang yang dipasarkan dan jangka Panjang bertujuan untuk menjaga eksistensi produk yang dijual (Rusdi, 2019).

2. Pelaksanaan Kegiatan

- a. Persiapan
- b. Pelatihan Marketing. Pelatihan digital marketing akan dilakukan pada bulan ke empat kegiatan yaitu dimana mengajari mitra tentang bagaimana membuat akun penjualan online dan juga memasarkan produk melalui aplikasi penjualan online.
- c. Perencanaan Pemasaran Produk. Proses pemasaran produk usaha akan dilakukan pada bulan kelima kegiatan di mana mitra mengupload foto produk dan mengunggahkan ke dalam aplikasi penjualan yang berupa aplikasi GMB
- d. Evaluasi Program bersama tim masyarakat desa binaan. Evaluasi juga dilakukan pada bulan ke lima kegiatan dimana hal ini bertujuan untuk menganalisis hasil awal dari promosi penjualan yang dilakukan secara online.

Pada proses pelaksanaan kami melakukan pelatihan secara tatap muka/luring yaitu memberikan sosialisasi dan materi kepada masyarakat secara tatap muka dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Pada proses pelaksanaan program yang terdiri dari satu orang ketua penelitian yaitu Muttaqin,ST.,M.Cs yang bertugas mempersiapkan izin penelitian, mengisi catatan harian perkembangan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mengkoordinasikan pengumpulan data. Kemudian, dua orang anggota Uci Dwi Cahya,M.S bertugas mempersiapkan izin penelitian, mengisi catatan harian perkembangan kegiatan. Pengabdian kepada masyarakat, mengkoordinasikan pengumpulan data dan Hendra Susanto melakukan pengumpulan data pengabdian dan mengurus publikasi serta dokumentasi, dari dosen kemudian dua orang anggota dari mahasiswa prodi komputer dengan nama Laila Kamila Sari dan Wan Dinul Aqli yang masing-masing memiliki tugas Membantu mempersiapkan instrument. Adapun proses pelaksanaannya sebagai berikut:

- a. Tahap sosialisasi pemasaran produk. Pada tahap pertama metode yang digunakan yaitu secara luring/tatap muka, diawali dengan memberikan sosialisasi tentang cara memasarkan produk agar dapat diketahui hasil produk secara global sehingga mudah untuk dipasarkan.
- b. Tahap pelatihan pembuatan akun penjualan online. Tahap kedua akan dilakukannya pelatihan atau praktek secara langsung tentang cara pembuatan akun penjualan dan cara menggunakannya.

Dalam pelatihan dan promosi, rumah produksi binaan mendapatkan ilmu marketing yaitu bagaimana cara mempromosikan (menjual) hasil produk dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai alat memasarkan produk sehingga nantinya mereka mampu menjadi usaha pemula yang akan menaikkan perekonomian masyarakat Gampong Pondok Kemuning. Selanjutnya, dalam tahap komunikatif dan inovatif, masyarakat desa Pondok Kemuning akan mendapatkan pelatihan langsung atau tatap muka dengan menerapkan protokol kesehatan tentang cara menciptakan suatu alat yang komunikatif dan inovatif dalam mempromosikan produk hasil desa sehingga diterima dan laku di pasaran. Kemudian, pada proses packaging memiliki peran yang sangat penting selain dari pada bentuk, dikarenakan cara ini paling efektif untuk menarik perhatian para konsumen.

3. Monitoring dan Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui apa- apa saja kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Melalui proses evaluasi, kekurangan yang terjadi dalam pelaksanaan program dapat diperbaiki agar menjadi lebih baik. Agar program dapat berjalan secara berkelanjutan maka dilakukan tahap monitoring yang bertujuan untuk melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan. Kemudian, mengetahui kendala yang ada

dalam proses pelaksanaan program. Selanjutnya, mencari solusi terhadap masalah yang ada dan pengembangan usaha.

Dalam pembuatan laporan melalui tiga tahapan yaitu laporan awal, revisi laporan, dan laporan akhir. Pembuatan laporan awal disesuaikan dengan hasil yang telah dicapai selama melakukan pembinaan. Menjelaskan proses pelaksanaan program dari awal sampai akhir. Revisi laporan dilakukan apabila terdapat perkembangan baru saat kegiatan sedang berlangsung atau setelah selesai dilaksanakan. Pembuatan laporan akhir dilakukan setelah melakukan revisi laporan dan apabila terjadi kesalahan dalam pembuatan laporan sehingga, di dalam penyusunan laporan akhir diperoleh hasil yang lebih baik dari laporan sebelumnya.

Pembahasan

Kegiatan dilaksanakan selama empat bulan mulai dari bulan Juni sampai dengan September 2023. Kegiatan pertama berupa observasi ke desa untuk mencari informasi terkait mitra yang mempunyai bakat dalam mengolah limbah sabut kelapa menjadi hasil kreativitas berupa miniatur produk ramah lingkungan seperti rumah, binatang, dan lain sebagainya di Gampong Pondok Kemuning Langsa. Pelaksana memperoleh informasi tersebut dari berita *online* yang menginformasikan bahwa terdapat pemuda kreatif yang mampu menyulap limbah sabut kelapa menjadi produk kreativitas yang sangat menarik. Dari hasil observasi pertama peneliti mendapat respon positif dari mitra.

Dari hasil diskusi dengan mitra menyatakan bahwa kendala yang dialami oleh mitra adalah terkait dengan alat dan bahan yang belum memadai dan belum memperoleh respon dari pemerintahan. Serta kendala lain terkait pemasaran produk. Kami dari tim dosen Universitas Sains Cut Nhyak Dhien yang berjumlah tiga orang berupaya dalam merangkul mitra tersebut agar dapat mengembangkan kreativitasnya. Kami memberi tawaran untuk mengadakan sosialisasi terkait pemasaran produk menggunakan aplikasi *Google My Business* (GMB). Setelah pengabdian dan mitra setuju dalam melaksanakan program tersebut, selanjutnya pengabdian melengkapi syarat administrasi berupa surat tugas dari Universitas dan Surat Izin Melaksanakan Pengabdian dari Gampong Pondok Kemuning Langsa. Berikut merupakan foto saat pertama kali peneliti bertemu dengan mitra.

Kegiatan kedua yaitu meminta izin dari pihak desa yang menyatakan bahwa kami dari tim dosen Universitas Sains Cut Nyak Dhien akan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi Pelatihan *Self Entrepreneurship Digital Marketing Berbasis Google My Business* (GMB) Memanfaatkan Limbah *Coco Fiber* Menjadi Replika Produk Ramah Lingkungan Di Desa Pondok Kemuning Langsa. Berikut merupakan foto kegiatan permohonan izin pengabdian di Gampong Pondok Kemuning Langsa.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi *Digital Marketing*

Kegiatan ketiga yaitu memastikan waktu, tempat, dan berapa jumlah peserta yang ikut melaksanakan sosialisasi serta memberikan kepada pihak desa mengenai *rundown* acara yang akan dilaksanakan. Kegiatan keempat yaitu kegiatan pelaksanaan sosialisasi Pelatihan *Self Entrepreneurship Digital Marketing Berbasis Google My Business (GMB)* Memanfaatkan Limbah *Coco Fiber* Menjadi Replika Produk Ramah Lingkungan Di Desa Pondok Kemuning Langsa. Dalam kegiatan ini terdapat 50 orang peserta yang terdiri dari perangkat desa dan warga. Tidak semua warga berkesempatan menjadi peserta dalam kegiatan ini, melainkan hasil seleksi dari pihak desa bahwasanya yang mengikuti pelatihan ini adalah warga yang mempunyai kreativitas di desa tersebut.

Pelaksana dari dosen Universitas Sains Cut Nyak Dhien yang terdiri dari 3 orang dan 2 orang mahasiswa yang bertugas dalam membantu mengisi absensi dan dokumentasi. Dalam proses kegiatan berlangsung terlihat bahwa antusias yang tinggi dari peserta, yaitu terlihat dari semangat kehadiran dan disiplin tepat waktu (*ontime*). Peserta yang hadir sesuai dengan jumlah yang telah disepakati oleh pihak desa. Kegiatan berlangsung kurang lebih selama 3 jam dimulai dari jam 09.00 WIB s.d 12.00 WIB. Kegiatan diawali dengan pembukaan yang dibuka oleh bapak Sekdes dan dilanjutkan oleh pemateri yang berasal dari tim dosen untuk menyampaikan terkait materi sosialisasi tersebut. Kegiatan tersebut berjalan dengan lancar dan pemateri menyampaikan materi dengan sangat jelas dan lugas. Kegiatan sosialisasi berupa materi terkait dengan *marketing digital* berbasis GMB didalamnya termasuk definisi dan manfaat GMB itu sendiri.

Peserta yang mengikuti kegiatan ini terlihat sangat fokus karena baru pertama sekali mendengar aplikasi pemasaran yang bernama *Google My Business (GMB)*. Sebelumnya peserta hanya mengetahui bahwa pemasaran produk hanya melalui media sosial berupa *Whatsapp, Instagram, Facebook* dan aplikasi lain seperti *Shopee, Tokopedia* dan lain-lain. Peserta juga sangat aktif mengikuti kegiatan ini terlihat dari beberapa pertanyaan yang disampaikan kepada pemateri. Selain teori, pemateri juga langsung mempraktikkan cara membuat akun *Google My Business* oleh masing-masing peserta. Sehingga semua peserta yang hadir mempunyai akun *Google My Business* sesuai dengan kreativitasnya masing-

masing dan memposting produknya.

Dengan demikian kegiatan ini dikatakan sudah berhasil dan terlaksana dengan baik sesuai yang di sampaikan oleh (Paramitha & Suhartini, 2022) bahwa kegiatan sosialisasi sudah terlaksana dengan baik jika peserta pelatihan sudah mampu mengimplementasikannya dalam kegiatan ini yaitu mampu menggunakan *google my business*. Keberhasilan kegiatan ini juga dibuktikan dengan berhasilnya mitra melakukan posting produk pada akun tersebut. Memasarkan produk melalui sosial media dipercaya memiliki peran penting dan pengaruh yang krusial dalam bisnis dan *marketing* (Untari & Fajariana, 2018). Diperkuat juga dengan hasil wawancara oleh mitra terkait pelaksanaan sosialisasi tersebut yang mengatakan bahwa kegiatan pelatihan digital *marketing* ini baru pertama kali dilaksanakan di desa pondok kemuning terutama dalam pemanfaatan *Google My Business* (GMB) sehingga menjadi lebih bermanfaat bagi masyarakat terutama dalam pengembangan UMKM. Kegiatan ini berdampak pada meningkatnya pengetahuan dan kreativitas masyarakat sehingga dapat mengolah produk menjadi lebih memiliki nilai jual.

Kesimpulan

Kegiatan ini dilaksanakan untuk memberikan pemahaman bagi para masyarakat terutama bagi pemilik UMKM untuk lebih mengutamakan inovasi dan teknologi. Di mana kedua faktor tersebut sangat menentukan keberhasilan dalam persaingan pasar global. Adapun tujuan bagi pemegang bisnis UMKM sangat ditentukan oleh kemampuan dalam mengantisipasi persaingan di pasar. Dalam kegiatan ini penulis juga memaparkan bagaimana pentingnya peran digital *marketing* bagi perkembangan bisnis. Dengan konsep digital *marketing* yang memanfaatkan GMB sebagai sarana promosi produk. Digital *marketing* pada UMKM yaitu berupa sosial media perlu disosialisasikan mengingat mempunyai manfaat positif yang diperoleh para pelaku usaha untuk memajukan usahanya. Hasil kegiatan sosialisasi sudah terlaksana dengan baik dan berhasil. Kegiatan ini dibuktikan dengan berhasilnya mitra melakukan pembuatan akun dan memposting produk pada akun *platform digital marketing* tersebut. Diharapkan melalui pelatihan *digital marketing* yang serupa dapat dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan UMKM di Indonesia. Melalui pelatihan seperti ini dapat membangun kesadaran serta pemahaman pemasaran memanfaatkan platform digital. Dengan memanfaatkan teknologi dan internet berupa *digital marketing* berbasis *google my business* (GMB) UMKM diharapkan mampu menjadi pusat kekuatan ekonomi bangsa Indonesia.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami sampaikan kepada rektor Universitas Sains Cut Nyak Dhien yang sudah memberikan surat izin untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Terima kasih kepada bapak kepala desa dan perangkat desa Pondok Kemuning Langsa yang sudah memberi izin, menyediakan tempat, serta membantu proses kegiatan pelatihan sampai dengan selesai. Terima kasih kepada tim dosen dan mahasiswa yang turut andil dalam kegiatan ini. Tidak lupa pula kami ucapkan beribu terima kasih kepada seluruh warga yang telah berpartisipasi meluangkan waktunya dalam menyelesaikan kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Adwimurti, Y., Sumarhadi, S., & Mulyatno, N. (2023). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Miskin Melalui Pemanfaatan Limbah Kelapa. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak Dan Informasi (JAKPI)*, 2(1), 45–61. <https://doi.org/10.32509/jakpi.v2i1.2083>
- Alwendi, A. (2023). Sosialisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Desa Basilam Baru Kecamatan Muara Tais-II Kabupaten Tapanuli Selatan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 135–143.
- Astuti, F., Pratapa, S., Suasmoro, S., Triwikantoro, T., & Cahyono, Y. (2023). Pengolahan Limbah Sabut Kelapa Menggunakan Mesin Pencacah dalam Upaya Pemanfaatannya sebagai Produk Tepat Guna di Desa Candimulyo - Dolopo - Madiun. *Sewagati*, 7(3), 1–6. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.504>
- Cahya, U., & Susanto, H. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Marketing untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. 4(1), 247–254. <https://doi.org/10.30812/adma.v4i1.3013>
- Dewi, P. (2017). *Teaching English for Young Learners Through ICTs*. 6(1), 149–156. <https://doi.org/10.24176/03.3201.18>
- Indahyani, T. (2011). Pemanfaatan limbah sabut kelapa pada perencanaan interior dan furniture yang berdampak pada pemberdayaan masyarakat miskin. *Humaniora*, 2(1), 15–23.
- Manu, G. A., & Fallo, D. (2019). Implementasi Google My Business (Gmb) Dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang Dan Sekitarnya. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(2), 8–15. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i2.69>
- Paramitha, P. S., & Suhartini, D. (2022). Business Resilience pada UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 405. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.546>
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Untari dan Fajariana. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i2.4387>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh: <https://aceh.bps.go.id/>