

Pemberdayaan Perempuan UMKM Pantai Gading melalui Inovasi Kelapa, Digital Marketing, Kemandirian Ekonomi, Pencegahan Trafficking

Adelina Lubis^{*1}, Ihsan Effendi², Rizkan Zulyadi³, Ikbar Pratama⁴, Syafruddin Ritonga⁵, Wenggedes Frensh⁶, Sari Bulan Tambunan⁷, Muslim Wijaya⁸

¹ Program Studi Magister Manajemen, ² Program Studi Magister Agribisnis, ^{3,6} Program Studi Magister Ilmu Hukum, ^{4,7} Program Studi Akuntansi, ⁵ Program Studi Magister Ilmu Administrasi Publik, ⁸ Program Studi Manajemen, Universitas Medan Area

*e-mail: adelina@staff.uma.ac.id

Abstract

This Community Service Program aims to empower women entrepreneurs in the creative economy of MSMEs in Pantai Gading Village through coconut-based functional food innovation and digital marketing to strengthen economic independence and reduce vulnerability to exploitation and human trafficking. Partners' challenges include limited product innovation, production standardization, business management, financial record-keeping, branding, and digital marketing. The program is implemented in a participatory manner through potential mapping, entrepreneurship training, coconut functional food product development, strengthening financial literacy, branding, digital marketing, legal literacy, mentoring, and monitoring and evaluation. Results demonstrate increased capacity among partners in developing value-added products, improving packaging and branding, managing finances, and utilizing digital media to expand markets. The program also improves legal understanding, job security, and awareness of exploitation, supporting SDGs 1, 5, 8, 9, and 16.

Keywords: Women's Empowerment, MSMEs, Coconut Functional Food, Digital Marketing, Economic Independence, Human Trafficking

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan memberdayakan perempuan pelaku UMKM ekonomi kreatif di Desa Pantai Gading melalui inovasi pangan fungsional berbasis kelapa dan digital marketing untuk memperkuat kemandirian ekonomi serta mengurangi kerentanan terhadap eksploitasi dan human trafficking. Permasalahan mitra meliputi keterbatasan inovasi produk, standarisasi produksi, manajemen usaha, pencatatan keuangan, branding, dan pemasaran digital. Program dilaksanakan secara partisipatif melalui pemetaan potensi, pelatihan kewirausahaan, pengembangan produk pangan fungsional kelapa, penguatan literasi keuangan, branding, digital marketing, literasi hukum, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas mitra dalam mengembangkan produk bernilai tambah, memperbaiki kemasan dan branding, mengelola keuangan, serta memanfaatkan media digital untuk memperluas pasar. Program juga meningkatkan pemahaman hukum, keamanan kerja, dan kewaspadaan terhadap eksploitasi serta mendukung SDG 1, 5, 8, 9, dan 16.

Kata kunci: Pemberdayaan Perempuan, UMKM, Pangan Fungsional Kelapa, Digital Marketing, Kemandirian Ekonomi, Human Trafficking

1. PENDAHULUAN

Desa Pantai Gading memiliki potensi sumber daya kelapa yang dapat dikembangkan tidak hanya sebagai komoditas pertanian, tetapi juga sebagai bahan baku produk pangan bernilai tambah. Ketersediaan kelapa membuka peluang bagi masyarakat, khususnya perempuan pelaku UMKM, untuk mengembangkan produk ekonomi kreatif berbasis pangan fungsional (Harahap et al. 2020). Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya memberikan nilai ekonomi yang optimal karena sebagian usaha masih berorientasi pada produk sederhana dengan nilai tambah dan diferensiasi yang relatif terbatas.

Mitra kegiatan PkM adalah perempuan pelaku UMKM ekonomi kreatif berbasis kelapa di Desa Pantai Gading yang telah melakukan kegiatan produksi dan pemasaran dalam skala rumah tangga atau usaha mikro. Mitra memiliki pengalaman dalam mengolah dan menjual produk, tetapi

masih menghadapi keterbatasan dalam inovasi pangan, standardisasi produksi, pengemasan, manajemen usaha, pencatatan keuangan, branding, dan pemasaran digital. Dari aspek produksi, kelapa memiliki peluang besar untuk diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah seperti pangan olahan, makanan ringan, minuman, produk berbasis santan, kelapa parut, tepung/produk turunan kelapa, serta produk inovatif yang dikembangkan dengan pendekatan pangan fungsional (Effendi et al. 2023). Akan tetapi, kemampuan mitra dalam melakukan formulasi produk, diversifikasi, pengendalian kualitas, standardisasi proses, pengemasan, dan pengembangan produk baru masih perlu ditingkatkan (Lubis et al. 2025). Produk yang dihasilkan sebagian besar masih bergantung pada keterampilan individual dan belum seluruhnya memiliki standar produksi yang terdokumentasi.

Dari aspek manajemen usaha, sebagian mitra masih menjalankan usaha secara sederhana dan berbasis pengalaman (Teviana et.al. 2025). Perencanaan usaha, penghitungan biaya produksi, penentuan harga, pencatatan omzet dan laba, pemisahan keuangan rumah tangga dan usaha, serta evaluasi kinerja usaha belum dilakukan secara konsisten (Izzah & Lubis 2025). Kondisi ini menyebabkan perempuan pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengukur perkembangan usaha dan merencanakan ekspansi.

Dari aspek pemasaran, produk mitra masih banyak dipasarkan melalui jaringan lokal, pelanggan langsung, dan media sosial secara sederhana (Lubis et al. 2025). Pemanfaatan digital marketing untuk membangun merek, membuat konten, meningkatkan engagement, memperluas jangkauan konsumen, memanfaatkan marketplace, serta membangun loyalitas pelanggan belum optimal (Lubis et al. 2022). Padahal, digitalisasi dapat membuka akses pasar yang lebih luas dan memberikan peluang peningkatan pendapatan tanpa harus menambah outlet fisik secara signifikan (Segara 2023).

Keterbatasan tersebut menjadi penting dalam konteks kemandirian ekonomi perempuan. Perempuan yang memiliki kemampuan menghasilkan pendapatan, mengelola usaha, menguasai teknologi pemasaran, dan memahami keuangan memiliki kapasitas yang lebih besar untuk memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga (Lubis et al. 2025). Sebaliknya, keterbatasan akses terhadap kesempatan ekonomi dapat meningkatkan kerentanan terhadap berbagai bentuk eksploitasi ekonomi dan sosial, termasuk risiko perekrutan atau migrasi kerja yang tidak aman (Lubis et al. 2022). Oleh karena itu, program ini menempatkan penguatan ekonomi perempuan sebagai salah satu pendekatan preventif dalam mengurangi kerentanan terhadap human trafficking, melalui peningkatan kapasitas ekonomi, literasi digital, literasi keuangan, dan kesadaran hukum.

Dengan demikian, persoalan mitra tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi merupakan rangkaian persoalan dari bahan baku-inovasi produk-produksi-manajemen-pencatatan keuangan-pemasaran-perlindungan hukum-kemandirian ekonomi.

Berdasarkan analisis situasi dan hasil identifikasi bersama mitra, permasalahan prioritas dikelompokkan menjadi empat aspek utama. Pertama, inovasi dan produksi pangan fungsional. Mitra membutuhkan peningkatan kemampuan dalam mengembangkan produk olahan kelapa yang memiliki nilai tambah, diferensiasi, kualitas, keamanan pangan, kemasan, dan daya saing. Inovasi diperlukan agar kelapa tidak hanya dijual sebagai bahan baku, tetapi dikembangkan menjadi produk dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Kedua, manajemen dan literasi keuangan. Mitra membutuhkan kemampuan dalam menyusun perencanaan usaha, menghitung biaya produksi dan harga jual, melakukan pencatatan transaksi, memisahkan keuangan rumah tangga dan usaha, serta melakukan evaluasi sederhana terhadap kinerja usaha. Ketiga, digital marketing dan pengembangan pasar (Lubis et al. 2022). Mitra membutuhkan pendampingan dalam branding, pembuatan konten, fotografi produk, pengelolaan media sosial, marketplace, komunikasi pelanggan, serta strategi pemasaran digital yang terukur. Digital marketing diposisikan sebagai instrumen untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk perempuan UMKM. Keempat, kemandirian ekonomi dan literasi hukum sebagai upaya pencegahan human trafficking. Penguatan kapasitas ekonomi perempuan perlu dilengkapi dengan pemahaman mengenai hak-hak perempuan, keamanan dalam bekerja dan bermigrasi,

identifikasi modus perekrutan yang berisiko, serta akses terhadap informasi dan perlindungan hukum. Program tidak menempatkan UMKM sebagai satu-satunya solusi terhadap human trafficking, tetapi sebagai salah satu strategi pemberdayaan dan pengurangan kerentanan ekonomi.

Prioritas tersebut ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara pengusul dan mitra dengan mempertimbangkan tingkat urgensi, kemampuan program untuk memberikan solusi, potensi keberlanjutan, serta keterkaitan antarpermasalahan. Peningkatan produksi tanpa pemasaran tidak akan optimal; pemasaran tanpa manajemen keuangan sulit menjamin keberlanjutan; sedangkan peningkatan ekonomi tanpa literasi hukum belum cukup untuk membangun kemandirian yang aman. Oleh karena itu, keempat aspek tersebut dilaksanakan secara terpadu. Program PkM ini dirancang sebagai bagian dari Desa Binaan dan terintegrasi dengan kelompok PkM lainnya yang memiliki fokus berbeda tetapi menyelesaikan permasalahan utama desa secara bersama-sama. Minimal empat kelompok PkM diarahkan untuk membangun satu rangkaian intervensi, dengan salah satu kelompok menggunakan Skema Program Profesor Mengabdikan (PPM) sebagai bagian dari integrasi program.

Tim pelaksana memiliki kompetensi multidisiplin yang saling melengkapi, meliputi digital marketing, manajemen, ilmu hukum, akuntansi, dan administrasi publik. Integrasi kompetensi tersebut diwujudkan melalui rangkaian kegiatan yang saling berkaitan. Bidang manajemen berfokus pada perencanaan, kewirausahaan, dan pengelolaan usaha; digital marketing pada penguatan branding dan akses pasar; akuntansi pada pencatatan dan literasi keuangan; ilmu hukum pada literasi legalitas usaha, perlindungan perempuan, dan kesadaran terhadap risiko perekrutan yang tidak aman; sedangkan administrasi publik pada penguatan kelembagaan, koordinasi, partisipasi masyarakat, serta integrasi program dengan kebijakan dan pembangunan desa. Kolaborasi ini diharapkan menghasilkan pemberdayaan yang lebih terpadu dan berkelanjutan.

Dalam kerangka tersebut, program inovasi pangan fungsional kelapa dan digital marketing menjadi salah satu bagian dari permasalahan utama yang diselesaikan melalui Skema PPM, yaitu penguatan kapasitas dan kemandirian masyarakat Desa Binaan. Integrasi minimal empat kelompok memastikan bahwa intervensi tidak berhenti pada pelatihan, tetapi dilanjutkan dengan pendampingan, penerapan, evaluasi, dan penguatan keberlanjutan.

Program PkM ini berkontribusi terhadap lima SDGs, yaitu SDG 1 (Tanpa Kemiskinan) melalui peningkatan pendapatan dan ketahanan ekonomi perempuan; SDG 5 (Kesetaraan Gender) melalui penguatan kapasitas dan kemandirian ekonomi perempuan; SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) melalui pengembangan UMKM dan ekonomi lokal; SDG 9 (Industri, Inovasi dan Infrastruktur) melalui inovasi pangan fungsional kelapa dan pemanfaatan teknologi digital; serta SDG 16 (Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh) melalui literasi hukum dan peningkatan kesadaran terhadap risiko eksploitasi dan human trafficking. Secara terpadu, program membangun model pemberdayaan perempuan yang mengintegrasikan inovasi produk, kewirausahaan, manajemen, digital marketing, literasi keuangan, dan perlindungan hukum.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan PkM menggunakan pendekatan partisipatif, pemberdayaan, pelatihan, penerapan teknologi, dan pendampingan berkelanjutan. Mitra dilibatkan sejak tahap identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, hingga keberlanjutan program. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut.

a) Identifikasi Kondisi Awal dan Pemetaan Potensi

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion/FGD), dan pemetaan potensi perempuan UMKM. Identifikasi mencakup jenis usaha, ketersediaan bahan baku kelapa, kapasitas produksi, jenis produk, sistem pemasaran, kemampuan digital, pencatatan keuangan, serta pemahaman aspek hukum dan risiko human

trafficking. Pada tahap ini juga dilakukan baseline assessment untuk mengetahui kondisi awal mitra sebagai dasar penentuan target dan indikator keberhasilan program.

b) Penguatan Kapasitas dan Kewirausahaan Perempuan

Mitra diberikan pelatihan mengenai kewirausahaan, manajemen usaha, perencanaan bisnis, pengelolaan sumber daya, penentuan harga, analisis biaya, serta strategi pengembangan usaha. Pendekatan pembelajaran dilakukan secara praktis melalui studi kasus dan simulasi sehingga materi dapat langsung diterapkan pada usaha masing-masing mitra. Tujuan tahap ini adalah meningkatkan kemampuan perempuan UMKM dalam mengambil keputusan usaha secara lebih terencana dan berbasis informasi.

c) Inovasi Produk Pangan Fungsional Berbasis Kelapa

Tahap berikutnya dilakukan melalui pelatihan dan praktik pengembangan produk pangan fungsional berbasis kelapa. Kegiatan meliputi identifikasi bahan baku, formulasi dan diversifikasi produk, teknik pengolahan, pengendalian kualitas, higienitas, pengemasan, pelabelan, dan pengembangan nilai tambah produk. Mitra dilibatkan secara langsung dalam proses learning by doing sehingga menghasilkan prototipe produk yang dapat dikembangkan menjadi produk komersial. Inovasi diarahkan pada produk yang memiliki karakteristik berbeda, bernilai tambah, memiliki daya saing, dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

d) Penguatan Akuntansi dan Manajemen Keuangan

Mitra diberikan pendampingan mengenai pencatatan transaksi, pemisahan keuangan usaha dan rumah tangga, perhitungan biaya produksi, harga pokok produksi, penetapan harga jual, omzet, laba, dan arus kas sederhana. Mitra selanjutnya dilatih menggunakan format pencatatan keuangan sederhana, baik secara manual maupun menggunakan perangkat digital yang mudah digunakan. Tahap ini bertujuan agar pelaku UMKM mampu mengetahui kondisi keuangan usaha dan menggunakan informasi tersebut untuk mengambil keputusan.

e) Branding dan Digital Marketing

Pendampingan branding dan digital marketing dilakukan untuk memperluas akses pasar UMKM melalui penguatan identitas merek, logo, kemasan, fotografi dan video produk, pembuatan konten, serta pemanfaatan Instagram, TikTok, WhatsApp Business, dan marketplace. Mitra juga dibimbing menyusun kalender konten, membangun komunikasi dengan konsumen, meningkatkan engagement, menerapkan digital storytelling, dan mengevaluasi kinerja pemasaran. Selain memperoleh materi, mitra secara langsung membuat dan mengelola akun serta konten pemasaran produk masing-masing.

f) Literasi Hukum dan Pencegahan Human Trafficking

Penguatan ekonomi perempuan dilengkapi dengan edukasi hukum dan perlindungan diri. Materi meliputi legalitas usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha, perlindungan konsumen, perjanjian usaha, keamanan transaksi, serta pengenalan bentuk dan modus perekrutan yang berpotensi mengarah pada eksploitasi dan human trafficking. Mitra diberikan pemahaman mengenai pentingnya mengambil keputusan kerja atau migrasi secara aman, memeriksa informasi tawaran pekerjaan, memahami dokumen dan perjanjian, serta mengetahui saluran pelaporan dan bantuan apabila menghadapi indikasi eksploitasi. Pendekatan ini menempatkan kemandirian ekonomi sebagai salah satu faktor penguatan ketahanan sosial-ekonomi perempuan, bukan sebagai satu-satunya solusi terhadap human trafficking.

g) Implementasi dan Pendampingan Usaha

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara langsung terhadap penerapan hasil kegiatan. Pendampingan mencakup produksi produk inovatif, pengelolaan keuangan, pengembangan konten, pemasaran digital, dan penyelesaian permasalahan usaha. Tim melakukan coaching secara berkala untuk memastikan pengetahuan yang diperoleh benar-benar diterapkan dalam kegiatan usaha. Mitra diarahkan membangun kelompok usaha yang dapat saling berbagi pengalaman, bahan baku, informasi pasar, dan strategi pemasaran.

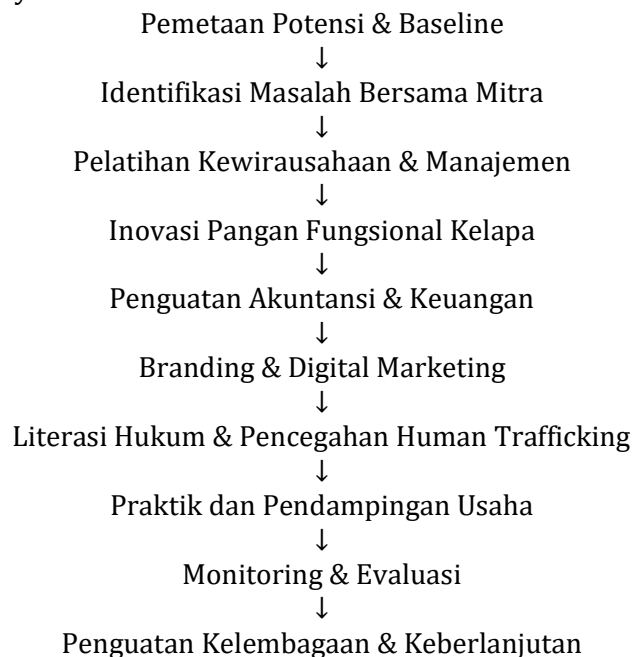
h) Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program. Evaluasi mencakup peningkatan pengetahuan dan keterampilan, kualitas dan jumlah produk, kapasitas produksi, pencatatan keuangan, branding dan kemasan, aktivitas digital

marketing, akses pasar, literasi hukum, kapasitas kewirausahaan, serta kemandirian ekonomi mitra. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi, wawancara, dokumentasi, dan indikator kinerja usaha.

i) Keberlanjutan Program

Tahap akhir diarahkan untuk memastikan keberlanjutan program setelah kegiatan PkM selesai. Mitra didorong untuk membentuk atau memperkuat kelompok usaha perempuan, mempertahankan akun digital marketing, menerapkan pencatatan keuangan, melanjutkan inovasi produk, dan mengembangkan jaringan pemasaran. Pemerintah desa dan kelompok masyarakat dilibatkan sebagai mitra kelembagaan untuk mendukung keberlanjutan program. Hasil kegiatan juga didokumentasikan dalam bentuk model pemberdayaan perempuan UMKM berbasis inovasi pangan fungsional kelapa dan digital marketing yang dapat direplikasi pada kelompok perempuan lainnya.



Gambar1. Alur Metode Pelaksanaan

Metode tersebut menggunakan prinsip *participatory learning and action*, sehingga mitra tidak ditempatkan sebagai penerima manfaat pasif, tetapi sebagai pelaku utama yang terlibat dalam setiap tahapan. Keberhasilan program diukur dari perubahan kapasitas, penerapan keterampilan, perkembangan usaha, peningkatan akses pasar, penguatan literasi hukum, serta meningkatnya kemandirian ekonomi perempuan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM “Pemberdayaan Perempuan UMKM Ekonomi Kreatif Desa Pantai Gading melalui Inovasi Pangan Fungsional Kelapa dan Digital Marketing untuk Penguatan Kemandirian Ekonomi dan Pencegahan Human Trafficking” menghasilkan beberapa capaian utama dalam peningkatan kapasitas perempuan pelaku UMKM, pengembangan produk berbasis kelapa, penguatan manajemen usaha, serta perluasan akses pemasaran digital. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa perempuan pelaku UMKM telah memiliki pengalaman dalam kegiatan produksi dan pemasaran, namun sebagian besar masih mengelola usaha secara sederhana. Pemanfaatan kelapa sebagai bahan baku bernilai tambah belum optimal, inovasi produk masih terbatas, pencatatan keuangan belum dilakukan secara konsisten, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran masih belum maksimal.

Melalui pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan kapasitas mitra dalam mengembangkan produk pangan berbasis kelapa (Sabarniati et al. 2026). Mitra memperoleh

keterampilan dalam melakukan diversifikasi produk, pengolahan, pengemasan, peningkatan kualitas, dan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah (Sari et al. 2024). Kelapa tidak lagi hanya dipandang sebagai komoditas atau bahan baku, tetapi mulai dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif yang memiliki potensi pasar lebih luas. Dari aspek manajemen usaha, mitra mengalami peningkatan pemahaman mengenai perencanaan usaha, pengelolaan biaya, penentuan harga jual, pengendalian kegiatan produksi, dan evaluasi usaha (Salsabillah, yamin Siregar, and Lubis 2026). Pendampingan juga mendorong mitra untuk mulai memisahkan keuangan rumah tangga dengan keuangan usaha serta melakukan pencatatan transaksi secara lebih teratur.

Pada aspek digital marketing, mitra memperoleh kemampuan dalam membangun identitas produk, melakukan branding, membuat konten, mengambil foto produk, mengelola media sosial, memanfaatkan WhatsApp Business dan marketplace, serta berkomunikasi dengan konsumen melalui kanal digital (Lubis, Teviana, and Otovia 2025). Pemanfaatan media digital mulai diarahkan dari sekadar media komunikasi menjadi instrumen pemasaran untuk memperluas jangkauan konsumen. Hasil lainnya terlihat pada peningkatan kualitas kemasan dan identitas produk (Lubis, Effendi, br Situngkir, et al. 2025). Mitra mulai memahami bahwa kemasan, label, logo, foto produk, dan informasi produk merupakan bagian penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Perbaikan tersebut mendukung kesiapan produk untuk dipasarkan pada pasar yang lebih luas. Dalam aspek literasi hukum, mitra memperoleh pemahaman mengenai legalitas usaha, hak dan kewajiban pelaku usaha, keamanan transaksi, perlindungan perempuan, serta kewaspadaan terhadap tawaran pekerjaan atau aktivitas ekonomi yang berpotensi mengarah pada eksploitasi (Mayzira et al. 2026). Edukasi ini menjadi bagian dari pendekatan preventif untuk meningkatkan ketahanan sosial-ekonomi perempuan terhadap risiko human trafficking. Dari sisi kemandirian ekonomi, kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kapasitas perempuan dalam mengelola usaha, menghasilkan produk bernilai tambah, memanfaatkan teknologi digital, mengelola keuangan, dan membangun akses pasar. Kemandirian ekonomi diposisikan sebagai proses yang dibangun melalui kombinasi keterampilan, akses informasi, jaringan usaha, kemampuan manajemen, dan literasi hukum. Berikut ini dokumentasi kegiatan yang dilakukan tim PkM :



Gambar 2. Pelatihan Model Pemberdayaan Perempuan UMKM Berbasis Inovasi Pangan Fungsional Kelapa Dan Digital Marketing

Secara keseluruhan, kegiatan PkM menghasilkan model pemberdayaan perempuan UMKM berbasis inovasi pangan fungsional kelapa dan digital marketing yang mengintegrasikan aspek produksi, manajemen, akuntansi, pemasaran digital, dan literasi hukum. Model tersebut memberikan dasar bagi pengembangan usaha perempuan secara lebih mandiri sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi dan sosial sebagai salah satu pendekatan untuk mengurangi kerentanan terhadap eksploitasi dan human trafficking. Hasil kegiatan juga memperlihatkan pentingnya pendekatan multidisiplin, dengan kontribusi bidang Digital Marketing, Manajemen, Akuntansi, Ilmu Hukum, dan Administrasi Publik. Integrasi tersebut memungkinkan peningkatan kapasitas mitra tidak hanya pada kemampuan produksi, tetapi juga pada pengelolaan usaha, akses pasar, pengelolaan keuangan, perlindungan hukum, dan penguatan kelembagaan. Dengan demikian, capaian PkM diarahkan pada tiga perubahan utama, yaitu (1) meningkatnya kapasitas dan nilai tambah UMKM perempuan, (2) meningkatnya kemampuan memanfaatkan digital marketing untuk memperluas pasar, dan (3) meningkatnya kemandirian ekonomi serta literasi hukum perempuan sebagai bagian dari upaya memperkuat ketahanan terhadap risiko eksploitasi dan human trafficking.

Kegiatan PkM “Pemberdayaan Perempuan UMKM Ekonomi Kreatif Desa Pantai Gading melalui Inovasi Pangan Fungsional Kelapa dan Digital Marketing untuk Penguatan Kemandirian Ekonomi dan Pencegahan Human Trafficking” menunjukkan bahwa penguatan ekonomi perempuan perlu dilakukan secara terpadu melalui inovasi produk, peningkatan kapasitas manajemen, penguatan literasi keuangan, digital marketing, dan literasi hukum. Pemanfaatan kelapa sebagai bahan baku pangan fungsional memberikan peluang peningkatan nilai tambah komoditas lokal. Mitra tidak lagi hanya berorientasi pada penjualan bahan baku, tetapi didorong mengembangkan produk olahan yang memiliki diferensiasi, kualitas, kemasan, dan nilai ekonomi lebih tinggi. Proses inovasi juga meningkatkan kemampuan perempuan dalam melihat potensi sumber daya lokal sebagai peluang usaha yang dapat dikembangkan secara berkelanjutan (Lubis et al. 2025).

Dari sisi manajemen, kegiatan menunjukkan pentingnya kemampuan perempuan dalam mengelola usaha secara terencana. Pemahaman mengenai perencanaan usaha, perhitungan biaya produksi, penetapan harga, pencatatan keuangan, dan evaluasi usaha membantu mitra memahami kondisi usaha secara lebih objektif. Pencatatan keuangan sederhana menjadi dasar untuk mengetahui omzet, biaya, keuntungan, serta kebutuhan pengembangan usaha. Digital marketing menjadi pengungkit penting dalam pengembangan UMKM (Azmi et al. 2021). Pemanfaatan media sosial, WhatsApp Business, marketplace, konten digital, branding, dan storytelling memungkinkan produk lokal memiliki akses pasar yang lebih luas. Namun, efektivitas digital marketing tidak hanya ditentukan oleh frekuensi promosi, tetapi juga kualitas konten, konsistensi identitas merek, pemahaman target konsumen, dan kemampuan mengevaluasi respons pasar (Lubis et al. 2025). Aspek yang juga penting adalah penguatan literasi hukum. Pemberdayaan ekonomi perempuan perlu disertai pemahaman mengenai legalitas usaha, hak-hak perempuan, keamanan dalam bekerja, perjanjian kerja atau usaha, serta kewaspadaan terhadap tawaran pekerjaan dan perekrutan yang berpotensi mengarah pada eksploitasi. Dalam konteks ini, pengembangan UMKM merupakan salah satu pendekatan untuk memperkuat ketahanan ekonomi perempuan, sedangkan literasi hukum membantu meningkatkan kemampuan mengenali dan menghindari situasi yang berisiko.

Integrasi keilmuan Digital Marketing, Manajemen, Akuntansi, Ilmu Hukum, dan Administrasi Publik menjadi kekuatan utama program. Digital marketing membuka akses pasar, manajemen memperkuat pengelolaan usaha, akuntansi mendukung pengendalian keuangan, hukum memberikan perlindungan dan literasi hak, sedangkan administrasi publik memperkuat hubungan dengan kelembagaan desa dan keberlanjutan program. Secara konseptual, hasil kegiatan menunjukkan bahwa inovasi pangan fungsional → peningkatan nilai tambah → penguatan manajemen dan keuangan → digital marketing → perluasan pasar → peningkatan peluang pendapatan → kemandirian ekonomi perempuan merupakan satu rangkaian yang saling berkaitan. Ketika rangkaian tersebut didukung literasi hukum dan kelembagaan yang memadai,

perempuan UMKM memiliki kapasitas yang lebih kuat untuk mengembangkan usaha secara aman dan berkelanjutan.

Secara kualitatif seluruh indikator utama telah menunjukkan ketercapaian. Akan tetapi, beberapa indikator masih membutuhkan pendampingan dan pengukuran lanjutan agar perubahan yang terjadi dapat dibuktikan secara kuantitatif. Untuk melihat lebih rinci ketercapaian dapat dilihat pada Tabel 1 :

Tabel 1. Evaluasi Ketercapaian Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No.	Kelompok Indikator	Jumlah Indikator	Tercapai	Perlu Tindak Lanjut
1	Kewirausahaan dan manajemen usaha	1	1	-
2	Inovasi dan produksi produk	2	2	-
3	Akuntansi dan literasi keuangan	2	2	1
4	Branding dan digital marketing	3	3	1
5	Akses dan pengembangan pasar	1	1	1
6	Literasi hukum	1	1	1
7	Pencegahan human trafficking	1	1	1
8	Kemandirian ekonomi	1	1	1
9	Keberlanjutan program	1	1	1
Total		13	13	7

Dengan demikian, PkM ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran, tetapi juga membangun ketahanan ekonomi dan sosial perempuan. Pendekatan tersebut relevan dengan SDG 1 (Tanpa Kemiskinan), SDG 5 (Kesetaraan Gender), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), SDG 9 (Industri, Inovasi dan Infrastruktur), serta SDG 16 (Perdamaian, Keadilan dan Kelembagaan yang Tangguh). Keberlanjutan program perlu diarahkan pada penguatan kelompok usaha perempuan, pengembangan produk secara berkelanjutan, konsistensi digital marketing, pencatatan keuangan, perluasan jaringan pasar, serta kolaborasi dengan pemerintah desa dan pemangku kepentingan terkait.

4. KESIMPULAN

Kegiatan PkM “Pemberdayaan Perempuan UMKM Ekonomi Kreatif Desa Pantai Gading melalui Inovasi Pangan Fungsional Kelapa dan Digital Marketing untuk Penguatan Kemandirian Ekonomi dan Pencegahan Human Trafficking” menunjukkan bahwa penguatan kapasitas perempuan melalui pemanfaatan potensi lokal kelapa, inovasi produk, manajemen usaha, akuntansi sederhana, dan digital marketing dapat menjadi pendekatan strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM. Program berhasil memberikan penguatan pada kemampuan mitra dalam mengembangkan produk bernilai tambah, memperbaiki kemasan dan branding, mengelola usaha dan keuangan, serta memanfaatkan media digital untuk memperluas akses pasar. Pendekatan multidisiplin yang melibatkan manajemen, digital marketing, akuntansi, ilmu hukum, dan administrasi publik memperkuat keterpaduan program.

Selain aspek ekonomi, kegiatan juga meningkatkan literasi hukum dan kesadaran perempuan terhadap hak, keamanan kerja, serta risiko eksploitasi dan human trafficking. Penguatan kemandirian ekonomi diharapkan dapat meningkatkan ketahanan sosial-ekonomi perempuan dan mengurangi salah satu bentuk kerentanan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak yang melakukan eksploitasi. Keberlanjutan program diarahkan melalui pengembangan kelompok usaha perempuan, konsistensi inovasi produk, pemanfaatan digital marketing, pencatatan keuangan, penguatan jejaring pasar, serta kolaborasi dengan pemerintah desa dan pemangku kepentingan. Dengan demikian, kegiatan PkM ini memberikan kontribusi terhadap SDG 1, SDG 5,

SDG 8, SDG 9, dan SDG 16, sekaligus mendukung terbentuknya ekosistem UMKM perempuan yang lebih mandiri, produktif, inovatif, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan PkM Pemberdayaan Perempuan UMKM Ekonomi Kreatif Desa Pantai Gading melalui Inovasi Pangan Fungsional Kelapa dan Digital Marketing untuk Penguatan Kemandirian Ekonomi dan Pencegahan Human Trafficking. Dukungan dan kerja sama yang diberikan sangat berarti dalam keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmi, Z., Lubis, A. I., Tambunan, S. B., & Harmain, H. (2021). Literasi aspek permodalan dan penyusunan kelayakan usaha peternakan sapi di Desa/Nagori Bahjoga. *COMSEP: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 189–195.
- Effendi, I., et al. (2023). Pelatihan pembuatan dan pemasaran produk pupuk organik cair dari urine sapi pada Kelompok Tani Subur Desa Lubuk Bayas. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(4), 2618–2621.
- Harahap, M., Siregar, G., & Riza, F. V. (2020). Mapping the potential of village agricultural social economic improvement efforts in Lubuk Kertang Village Kecamatan Berandan Barat Kabupaten Langkat. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(1), 8–14.
- Izzah, E. F., & Lubis, A. (2025). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Warkop Agam Jalan Tanjung Selamat. *Economics, Business and Management Science Journal*, 5(2), 248–258.
- Lubis, A., Apriliya, I., Anggi, P., et al. (2022a). Model of strengthening the economy of rice field agro-tourism in the Pasar Melintang Village. *Jurnal Ekonomi*, 11(3), 352–358.
- Lubis, A., Lubis, N. W., et al. (2022b). The effectiveness of digital marketing as a promotional media paddy agro-tourism in the Village of Market Transfer. *Journal of Management*, 12(2), 2079–2084.
- Lubis, A., Effendi, I., Situngkir, J. B., et al. (2025a). Kepuasan pelanggan sebagai dampak dari inovasi produk dan kualitas pelayanan: Studi pada Warkop HH Kecamatan Medan Tembung. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(6), 991–1000.
- Lubis, A., Effendi, I., Rosalina, D., et al. (2025b). Peningkatan kapasitas petani padi di Desa Pasar Melintang melalui pemasaran digital berbasis hukum. *COMSEP: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2).
- Lubis, A., Apriliya, I., Simbolon, K. A., & Lubis, N. W. (2022c). Factors that influence on the development of paid agro-tourism in the Market Transmission Village. *Jurnal Ekonomi*, 11(2), 1213–1218.
- Lubis, A., Aprinawati, A., Afifah, R., & Sembiring, O. (2025c). Analisis pengaruh teknologi dan pengembangan karyawan terhadap peningkatan manajemen kualitas di UMKM fashion (Studi kasus Idola Fashion). *Journal of Law, Education and Business*, 3(1), 507–519.
- Lubis, A., Teviana, T., & Otovia, T. L. (2025d). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing Rumah Makan Padang Jaya di era modern. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 3(1), 175–182.2.
- Mayzira, C., Lubis, A., Pratama, I., & Zulyadi, R. (2026). The impact of green brand image implementation and legal compliance on customer loyalty at MSME Grama Sphere Medan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 1113–1122.
- Sabarniati, S., et al. (2026). Pemberdayaan ekonomi masyarakat Gampong Lambaro Seubun melalui optimalisasi produksi kue akar kelapa sebagai produk unggulan lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 5(1), 231–243.
- Salsabillah, R., Siregar, M. Y., & Lubis, A. (2026). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan

- keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada toko kelontong. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 8329–8339.
- Sari, A. P., Effendi, I., Lubis, A., & Syahputri, Y. (2024). Korelasi antara kualitas produk dan promosi sosial media dengan keputusan pembelian Bolu Salak Kenanga Padang Sidempuan. *Senashtek* 2024, 2(1), 483–487.
- Segara, S. C., Effendi, I., & Lubis, A. (2023). The influence of brand image and digital marketing on the decisions to visit tourists to improve the community's economy in Sayum Sabah. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1536–1542.
- Teviana, T., Lubis, A., & Haq, S. R. (2025). Optimalisasi digital marketing untuk meningkatkan pemasaran pada usaha Ayam Penyet Raffa di Medan Tembung. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 3(1), 225–230.