

## Optimalisasi Penjualan Keukarah melalui Desain Berbasis di Desa Keude Siblah

### *Optimization of Keukarah Sales through Artificial Intelligence-Based Design in Keude Siblah Village*

Azmida Irawan<sup>1\*</sup>, Yus Erni Cui<sup>1</sup>, Raudhatul Alfa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pelita Nusantara, Aceh 23674, Indonesia

\*Corresponding author: [azmidairawan@gmail.com](mailto:azmidairawan@gmail.com)

Diterima: 24-03-2025

Disetujui: 19-04-2025

Dipublikasikan: 30-04-2025

IRAJPKM is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



#### Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan anggota UMKM PKK Desa Keude Siblah dalam menggunakan teknologi desain berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk promosi produk lokal, khususnya kue tradisional Keukarah. Meski bernilai budaya dan ekonomi, Keukarah belum optimal dipasarkan secara digital. Kegiatan dilakukan melalui pelatihan Canva AI yang melibatkan 15 peserta. Tahapan meliputi observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan desain promosi, dan evaluasi. Setiap peserta membuat dua materi promosi berupa poster dan selebaran digital. Hasilnya, peserta mampu merancang kemasan dan materi visual secara mandiri, serta mulai aktif mempromosikan produk lewat media sosial. Program ini juga menumbuhkan pemahaman akan pentingnya branding dan pemasaran digital. Dengan pendekatan praktis, kegiatan ini berhasil meningkatkan kemandirian dan adaptasi peserta terhadap teknologi. Program serupa direkomendasikan untuk mendukung pengembangan UMKM digital di tingkat desa.

**Kata Kunci:** UMKM, Keukarah, Canva AI, desain digital, pengabdian masyarakat, pemasaran produk.

#### Abstract

*This community engagement program aimed to enhance the skills of PKK microbusiness members in Keude Siblah Village by using AI-based design technology to promote local products, especially the traditional Keukarah cake. Despite its cultural and economic value, Keukarah faces challenges in digital marketing. The program involved 15 participants and was carried out through Canva AI training. Activities included initial observation, program introduction, visual design training, promotional material assistance, and final evaluation. Each participant produced two promotional designs: a poster and a digital flyer. The results showed an improved ability to independently create packaging and visual materials, along with increased use of social media for product promotion. The program also raised awareness of the importance of branding and digital marketing. It successfully empowered participants to adapt to technology using a simple and practical approach. Similar initiatives are recommended to support the growth of digital microbusinesses at the village level.*

**Keywords:** MSMEs, Keukarah, Canva AI, digital design, community service, product marketing.

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, UMKM dituntut untuk mampu mengadopsi perangkat digital dalam berbagai aspek usaha, seperti peningkatan kualitas produk, inovasi kemasan, dan strategi

pemasaran. Pemanfaatan teknologi seperti handphone terbukti berkontribusi besar dalam peningkatan desain produk UMKM (Syahputra et al., 2022). Kemajuan teknologi juga melahirkan berbagai platform digital seperti media sosial, yang sering dimanfaatkan oleh kelompok muda sebagai sarana berbagi dan bertukar informasi, khususnya di wilayah Kabupaten Aceh Barat Daya (Hijrah & Nurul Intan, 2021). Kabupaten ini memiliki beragam potensi UMKM, salah satunya adalah produk unggulan berupa kue Keukarah—atau dikenal juga sebagai *kue sarang burung* yang merupakan kuliner tradisional khas Aceh (Usman, Syardiansyah, & Juliati, 2022).

Produk Keukarah yang dihasilkan oleh UMKM PKK Desa Keude Siblah memiliki nilai budaya dan cita rasa yang khas. Saat ini terdapat 7 UMKM yang secara aktif memproduksi Keukarah, dengan rata-rata penjualan mencapai 30 bungkus per hari. Namun, potensi ini belum dimaksimalkan secara optimal, terutama dalam aspek visualisasi produk dan strategi promosi. Keterbatasan dalam kemampuan desain grafis dan pemasaran digital membuat produk ini belum mampu bersaing secara efektif, baik di pasar lokal maupun digital (Hijrah, 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi, khususnya di bidang kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), kini tersedia berbagai aplikasi desain berbasis AI yang memudahkan pelaku UMKM menciptakan konten visual secara cepat, mudah, dan berkualitas tinggi. Teknologi ini menjadi solusi inovatif atas kendala teknis yang selama ini dihadapi UMKM, terutama dalam menciptakan materi promosi yang menarik dan profesional.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana berupaya mengoptimalkan penjualan produk Keukarah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi desain berbasis AI. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya tarik visual dan jangkauan pemasaran produk, tetapi juga memberdayakan anggota PKK Desa Keude Siblah agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mandiri dalam mengelola usahanya.

## 2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif. Pendekatan ini menekankan keterlibatan aktif mitra, yaitu anggota PKK Desa Keude Siblah, dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi (Haniza et al., 2024). Tujuannya adalah agar mitra tidak hanya menjadi objek pelatihan, tetapi juga berperan aktif dalam proses pembelajaran, sehingga tercipta kemandirian dalam pemanfaatan teknologi desain berbasis kecerdasan buatan (AI). Tahapan pertama dimulai dengan observasi dan identifikasi masalah melalui wawancara dan diskusi dengan anggota PKK untuk menggali informasi terkait tantangan yang mereka hadapi dalam memasarkan produk Keukarah. Informasi yang diperoleh kemudian dijadikan dasar dalam menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mitra. Setelah itu, dilakukan sosialisasi program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memperkenalkan tujuan, manfaat, serta alur kegiatan yang akan dilaksanakan. Selanjutnya, dilakukan pemetaan kebutuhan teknologi dan tingkat literasi digital dari masing-masing peserta untuk menentukan pendekatan pelatihan yang tepat. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 15 peserta dan dilaksanakan dalam dua sesi. Sesi pertama mengenalkan aplikasi desain berbasis AI yang ramah pengguna, yaitu Canva AI. Peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar desain visual, kemudian diarahkan untuk mempraktikkan pembuatan desain kemasan dan materi promosi produk secara langsung menggunakan fitur-fitur AI yang tersedia di platform tersebut (Marpaung, 2024). Selama sesi pelatihan, peserta didampingi oleh tim pelaksana untuk memastikan proses pembelajaran berjalan efektif dan aplikatif. Setelah pelatihan, dilaksanakan kegiatan pendampingan selama dua minggu untuk mendukung peserta dalam mengembangkan desain yang telah dibuat. Peserta diberikan

kesempatan untuk menyempurnakan hasil desain secara mandiri dengan bimbingan dari tim. Sebagai penutup, kegiatan diakhiri dengan diskusi reflektif mengenai pengalaman peserta selama pelatihan, serta penyerahan dokumentasi materi pelatihan dan desain yang telah dibuat untuk digunakan oleh mitra secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha mereka. Berikut indikator Evaluasi Ketercapaian:

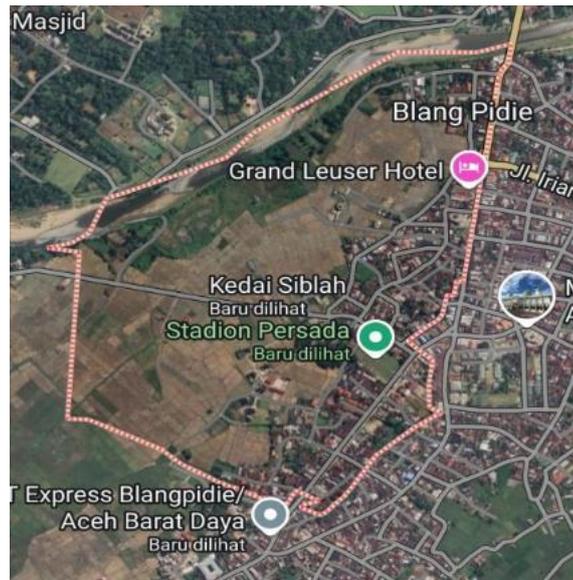
1. Sebelum Pelatihan: Sebagian besar peserta belum memiliki keterampilan dalam menggunakan aplikasi desain, dan hanya mengandalkan desain manual atau template sederhana untuk materi promosi.
2. Setelah Pelatihan: Sebagian besar peserta (80%) menunjukkan peningkatan keterampilan dalam membuat desain kemasan, poster, dan selebaran produk dengan menggunakan aplikasi Canva AI. Rata-rata jumlah desain yang dibuat per peserta adalah 2 desain (poster dan selebaran). Selain itu, 70% peserta melaporkan adanya peningkatan dalam pemasaran digital produk mereka, seperti penggunaan media sosial untuk promosi produk.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

Pengabdian ini dilakukan di Keude Siblah, yang merupakan salah satu Gampong atau desa yang ada dalam Pemukiman Kuta Batee, Kecamatan Blangpidie, Kabupaten Aceh Barat Daya, Provinsi Aceh. Gampong Keude Siblah, yang sudah ada sejak zaman Belanda, memiliki luas  $\pm 340$  Ha, yang mencakup luas daratan  $\pm 160$  Ha dan luas tanah persawahan  $\pm 180$  Ha. Desa ini terdiri dari empat dusun, yang masing-masing dipimpin oleh seorang Kepala Dusun. Nama Keude Siblah sendiri muncul dari sebutan-sebutan yang sering dilontarkan oleh masyarakat yang datang dan pergi melewati desa tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama UMKM PKK Desa Keude Siblah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta terhadap pemanfaatan aplikasi desain berbasis kecerdasan buatan. Selama proses pelatihan, peserta terlihat antusias dan aktif dalam mengikuti setiap sesi, meskipun sebagian besar belum memiliki latar belakang desain grafis maupun pengalaman dalam menggunakan platform digital sebelumnya. Melalui pendekatan berbasis praktik langsung, peserta mampu membuat beberapa desain visual sederhana untuk promosi produk Keukarah, termasuk desain kemasan, poster digital, dan konten untuk media sosial. Sebanyak 30 desain telah dibuat oleh peserta selama pelatihan, yang mencakup desain kemasan (10 desain), poster digital (12 desain), dan selebaran promosi (8 desain). Dengan bantuan Canva AI, peserta dapat menciptakan desain yang menarik secara visual dalam waktu singkat tanpa memerlukan keahlian teknis yang tinggi. Hal ini membuktikan bahwa teknologi AI, jika didampingi dengan pelatihan yang tepat, sangat relevan dan dapat diakses oleh pelaku UMKM di tingkat desa. Dari segi dampak, kegiatan ini berhasil membuka wawasan peserta mengenai pentingnya tampilan visual dalam pemasaran produk. Sebanyak 80% peserta melaporkan bahwa mereka mulai menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Jenis platform yang paling banyak digunakan adalah Instagram (50%), diikuti oleh WhatsApp (30%), dan Facebook (20%).

Selain itu, 7 UMKM yang terlibat dalam pelatihan telah mulai menerapkan desain kemasan baru, dengan 15% di antaranya mengganti kemasan lama mereka dengan desain baru yang lebih menarik. Beberapa peserta bahkan menyatakan ketertarikan untuk terus mengembangkan keterampilan desain secara mandiri dan menerapkannya dalam promosi produk lainnya yang mereka miliki. Selain itu, keberadaan dokumentasi materi pelatihan yang disusun secara ringkas dan praktis juga dinilai membantu peserta dalam mengulang kembali materi secara mandiri setelah pelatihan selesai. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang sederhana namun aplikatif sangat sesuai diterapkan dalam konteks

pemberdayaan masyarakat desa. Berikut adalah lokasi Desa Keude Siblah berdasarkan Google Maps.



**Gambar 1.** Lokasi Pengabdian Desa Keude Siblah Kabupaten Aceh Barat Daya

Adapun rangkaian kegiatan pengabdian yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1.** Rangkaian Kegiatan Dilaksanakan

No.	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan	Keterangan
1	Observasi dan wawancara dengan Tim Penggerak PKK	Minggu I	Mengidentifikasi kebutuhan dan kendala pemasaran produk
2	Sosialisasi program pengabdian	Minggu I	Penyampaian tujuan, metode, dan manfaat program
3	Pelatihan penggunaan aplikasi desain berbasis AI	Minggu II	Pengenalan aplikasi dan praktik desain dasar
4	Pendampingan pembuatan desain kemasan dan promosi	Minggu III	Pembuatan konten promosi produk oleh peserta
5	Review dan evaluasi hasil desain	Minggu IV	Umpan balik terhadap hasil karya dan perbaikan
6	Penutupan dan penyerahan hasil dokumentasi	Minggu IV	Penyerahan file desain, dokumentasi, dan rencana tindak lanjut

Berikut adalah beberapa dokumentasi kegiatan (Gambar 2 dan 3) yang dilakukan oleh penulis dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan bersama UMKM Binaan PKK Desa Keude Siblah Kabupaten Aceh Barat Daya. Beberapa peserta bahkan menyatakan ketertarikan untuk terus mengembangkan keterampilan desain secara mandiri dan menerapkannya dalam promosi produk lainnya yang mereka miliki. Berikut adalah beberapa testimoni yang mencerminkan perubahan yang dirasakan oleh peserta setelah mengikuti pelatihan:

Putri, salah seorang peserta pelatihan, mengungkapkan: *"Sebelumnya saya tidak tahu bagaimana cara membuat desain yang menarik untuk produk Keukarah. Setelah pelatihan, saya merasa lebih percaya diri untuk membuat desain kemasan dan memasarkan produk melalui media sosial. Kini, saya merasa produk kami lebih terlihat profesional."*

Tiara, peserta lainnya, menambahkan: *"Pelatihan ini sangat membantu saya untuk memahami cara menggunakan aplikasi desain berbasis AI. Saya sudah mulai memanfaatkan desain yang saya buat di media sosial, dan saya melihat peningkatan pemesanan produk."*



**Gambar 2.** Pelatihan penggunaan aplikasi Canva Ai pada Handphone

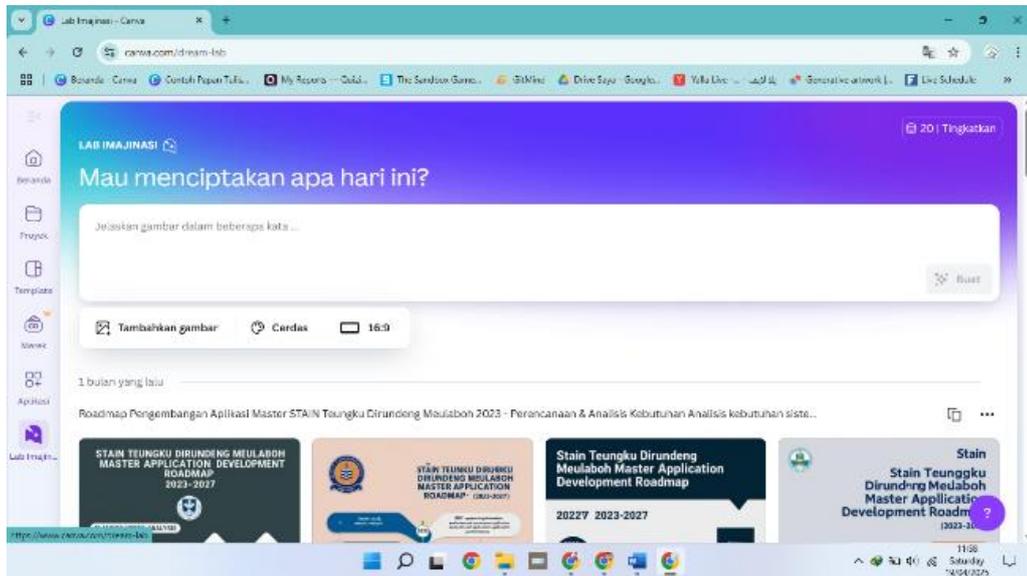
Selain itu, keberadaan dokumentasi materi pelatihan yang disusun secara ringkas dan praktis juga dinilai membantu peserta dalam mengulang kembali materi secara mandiri setelah pelatihan selesai. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang sederhana namun aplikatif sangat sesuai diterapkan dalam konteks pemberdayaan masyarakat desa. Setelah melakukan edukasi pada Kelompok UMKM PKK maka penulis melakukan koordinasi dengan kepala desa serta perangkat desa lainnya untuk mendukung hasil desain yang telah dibuat agar dapat digunakan sebagai media promosi dan daya tarik bagi pembeli keukarah di wilayah desa keude siblah maupun wilayah lainnya.



**Gambar 3.** Penyerahan hasil desain kepada Kepala Desa Keude Siblah

### 3.1. Desain kemasan produk

Desain ini menampilkan kemasan sederhana dengan latar warna coklat keemasan untuk menonjolkan nuansa tradisional. Terdapat ilustrasi *Keukarah* di bagian tengah, disertai dengan label produk, logo UMKM PKK, dan informasi komposisi bahan. Desain ini dirancang untuk dicetak sebagai stiker kemasan plastik atau toples produk.



**Gambar 4.** Tangkapan beranda Canva AI yang digunakan peserta versi desktop

### 3.2. Poster digital untuk media sosial

Poster ini dibuat untuk digunakan dalam promosi di media sosial, terutama Instagram dan WhatsApp. Teks utama “Kue Keukarah Cita Rasa Khas Aceh” ditampilkan dengan font tegas, dilengkapi dengan informasi kontak dan pemesanan. Warna yang digunakan cerah dan menggugah selera, sesuai dengan strategi pemasaran produk makanan.



**Gambar 5.** Salah satu desain pada produk kemasan keukarah yang telah dipasarkan

### 3.3. Katalog mini produk

Katalog ini berisi beberapa variasi produk *Keukarah* yang dijual oleh mitra, termasuk ukuran dan harga. Desainnya sederhana, namun rapi dan mudah dibaca oleh calon pembeli, baik untuk keperluan cetak maupun distribusi digital. Adapun desain dilakukan dengan menggunakan aplikasi Canva AI.



**Gambar 6.** Hasil desain kemasan peserta pelatihan menggunakan Canva AI

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama UMKM PKK Desa Keude Siblah menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi desain berbasis kecerdasan buatan, seperti Canva AI, mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan peserta dalam memproduksi materi promosi produk secara mandiri. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, peserta pelatihan berhasil memahami dasar-dasar desain visual dan menerapkannya langsung dalam pembuatan desain kemasan, poster promosi, dan katalog produk. Penggunaan Canva AI terbukti efektif karena kemudahan akses dan fitur yang ramah pengguna, sehingga sangat cocok diterapkan di lingkungan UMKM, khususnya yang belum memiliki latar belakang desain grafis. Selain meningkatkan kualitas visual produk Keukarah, kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran akan pentingnya strategi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola usaha berbasis teknologi dan diharapkan dapat menjadi langkah awal untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang digitalisasi UMKM. Ke depan, kegiatan ini memiliki potensi besar untuk direplikasi di desa-desa lain yang menghadapi tantangan serupa dalam hal promosi dan pemasaran produk UMKM. Implikasi jangka panjangnya mencakup terbentuknya ekosistem digital UMKM yang lebih kuat dan merata di berbagai wilayah. Keberlanjutan program serupa sangat disarankan agar dampak positif yang telah dicapai dapat terus diperkuat dan meluas ke kelompok masyarakat lainnya. Agar dampak dari kegiatan pengabdian ini dapat terus berlanjut dan berkembang, beberapa saran yang dapat disampaikan antara lain:

1. Pelatihan lanjutan secara berkala perlu diselenggarakan untuk memperdalam keterampilan desain peserta, termasuk eksplorasi fitur-fitur lanjutan dari Canva AI maupun aplikasi digital lainnya yang relevan untuk UMKM.
2. Penguatan branding produk lokal melalui kolaborasi antara UMKM, perguruan tinggi, dan pemerintah desa sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk seperti *Keukarah* di pasar regional maupun nasional.
3. Penyediaan sarana penunjang digital, seperti akses internet dan perangkat komputer atau ponsel yang memadai, akan sangat membantu keberlanjutan aktivitas promosi digital yang telah dimulai oleh peserta.
4. Monitoring dan evaluasi berkala diperlukan untuk menilai perkembangan kemampuan mitra serta efektivitas penggunaan desain digital dalam peningkatan penjualan produk.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Geuchik Desa Keude Siblah, Bapak T. Rinaldy, RA, atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan selama proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ketua PKK Desa Keude Siblah, Ibu Cut Mardalisna, beserta seluruh anggota PKK yang telah berpartisipasi aktif dan antusias dalam setiap tahapan kegiatan. Berkat kerja sama dan semangat kolaboratif dari seluruh pihak, kegiatan pengabdian dengan judul *“Optimalisasi Penjualan Produk Keukarah Menggunakan Aplikasi Desain Berbasis Kecerdasan Buatan pada UMKM PKK Desa Keude Siblah”* dapat terlaksana dengan baik dan memberikan hasil yang bermanfaat bagi mitra dan masyarakat desa secara luas.

## Daftar Pustaka

- Haniza, Haniza, Nukhe Andri Silviana, Nos Sutrisno, Sirmas Munte, dan Lorena Nainggolan. 2024. “Sosialisasi Pemberdayaan UMKM Dengan Pendekatan Metode Taguchi Pada Perbaikan Kualitas Kerupuk Lipat”. *IRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (IRAJPKM)* 2 (3):138-43. <https://doi.org/10.56862/irajpkm.v2i3.172>.
- Hijrah. 2024. "Aceh dalam Meningkatkan Kemampuan Literasi." *Jurnal Literasi* 13 (1): 13–24.
- Hijrah, dan N. Intan. 2021. "Dampak Negatif Pemanfaatan Aplikasi TikTok di Kalangan Remaja Desa Mata Ie Kabupaten Aceh Barat Daya." *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam* 12 (2): 275–281. <https://doi.org/10.47498/tanzir.v12i2.731>.
- Marpaung, Durahman, dan Surya Bakti. 2024. “TikTok Dan Shopee Live: Solusi Transformasi Pemasaran Dan Peningkatan Daya Saing UMKM Kacang Intip”. *IRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (IRAJPKM)* 1 (3):42-47. <https://doi.org/10.56862/irajpkm.v1i3.87>.
- Syahputra, H. R., I. Meriza, I. Arianda, H. Hijrah, J. Junaidi, U. Khairina, dan M. Tisa. 2022. "Optimalisasi Media Sosial pada Generasi Z melalui Pelatihan Content Creator." *Meuseuraya: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1 (2): 51–58. <https://doi.org/10.47498/meuseuraya.v1i2.1357>.
- Usman, S., dan Juliati. 2022. "Pengembangan Kue Tradisional Khas Aceh sebagai Produk Unggulan Desa Peukan Langsa Kota." *Martabe: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 5 (3): 1377–1392. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/6529>.