

## Pelatihan Kreatifitas Penggunaan Youtube Untuk Memperkenalkan Produk Umkm Desa Klambir V Kebon

Muhammad Zen<sup>1\*</sup>, Muhammad Iqbal<sup>2</sup>, Zulham<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Sistem Komputer, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Teknologi Informasi, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Dharmawangsa, Medan, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup> muhammadzen@dosen.pancabudi.ac.id, <sup>2</sup> muhammadiqbal@dosen.pancabudi.ac.id, <sup>3</sup>zulham@dharmawangsa.ac.id

\*Email Corresponding Author: muhammadzen@dosen.pancabudi.ac.id

### Abstrak

Pemanfaatan media digital menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, banyak pelaku UMKM di Desa Klambir V Kebon yang belum memaksimalkan penggunaan platform YouTube sebagai sarana promosi produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan konten video, pengelolaan kanal YouTube, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi teori dan praktik langsung dalam bentuk workshop. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memproduksi konten video yang menarik, mengoptimalkan kanal YouTube, serta menerapkan strategi pemasaran digital. Dampak dari pelatihan ini diharapkan dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk lokal, serta memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat desa.

Kata Kunci: Pemasaran YouTube, Literasi Digital, Pemberdayaan UMKM, Pengabdian kepada Masyarakat, Pengembangan Ekonomi Lokal.

### Abstract

*The utilization of digital media has become an essential strategy to enhance the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). However, many MSME actors in Klambir V Kebon Village have not fully optimized the use of YouTube as a product promotion platform. This community service activity aimed to provide training on video content creation, YouTube channel management, and effective digital marketing strategies. The program was implemented using a participatory approach through theoretical sessions and hands-on workshops. The results indicated an improvement in participants' understanding and skills in producing engaging video content, optimizing YouTube channels, and applying digital marketing strategies. The outcomes of this training are expected to help MSMEs expand their market reach, strengthen the competitiveness of local products, and contribute to the economic growth of the village community.*

*Keywords: YouTube Marketing, Digital Literacy, MSMEs Empowerment, Community Service, Local Economic Development*

## 1. PENDAHULUAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Kreativitas Penggunaan YouTube untuk Memperkenalkan Produk UMKM Desa Klambir V Kebon” dilatarbelakangi oleh sejumlah kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa tersebut. Analisa situasi ini bertujuan untuk menggambarkan konteks, tantangan, serta peluang yang ada bagi pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemanfaatan YouTube sebagai sarana promosi produk (Candra, 2022).

Desa Klambir V Kebon, sebagaimana banyak desa lainnya, memiliki beragam jenis UMKM yang menghasilkan produk lokal, mulai dari kerajinan tangan, makanan, hingga produk pertanian. Produk-produk tersebut sejatinya memiliki potensi besar untuk berkembang, namun pada kenyataannya banyak pelaku UMKM yang belum maksimal dalam memasarkan hasil usahanya. Kondisi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Pertama, akses pasar yang

masih terbatas, di mana sebagian besar pelaku UMKM hanya mengandalkan pasar lokal atau tetangga sekitar sebagai pelanggan sehingga jangkauan pemasaran menjadi sangat sempit (Harto et al., 2019). Kedua, minimnya pemanfaatan teknologi digital, terutama media sosial dan platform video, akibat kurangnya pengetahuan serta keterampilan dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi. Ketiga, kurangnya kreativitas dalam promosi, karena sebagian besar pelaku UMKM masih bergantung pada metode konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau penjualan langsung di pasar, tanpa mengoptimalkan potensi promosi digital melalui konten yang menarik dan kreatif (Supiyandi et al., 2022).

Pelaku UMKM di Desa Klambir V Kebon menghadapi sejumlah tantangan dalam mengoptimalkan pemanfaatan YouTube sebagai media promosi produk. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan pengetahuan tentang pemasaran digital, di mana banyak pelaku UMKM belum familiar dengan penggunaan platform digital seperti YouTube sehingga sulit menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, tantangan kreativitas dalam pembuatan konten juga menjadi hambatan, karena produksi video yang menarik membutuhkan keterampilan khusus, seperti teknik pengambilan gambar, editing, dan pengemasan pesan yang sesuai dengan minat audiens, yang sebagian besar belum dikuasai oleh pelaku usaha (Rahayu & Fitriyah, 2024). Faktor lain yang turut berperan adalah keterbatasan sumber daya, baik dari sisi ketersediaan peralatan teknologi maupun akses internet yang stabil, sehingga proses pelatihan dan pemanfaatan YouTube tidak dapat dilakukan secara optimal. Di samping itu, persaingan yang semakin ketat pada era digital menuntut UMKM di Desa Klambir V Kebon untuk menghadirkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif agar mampu bersaing dengan produk serupa dari daerah lain.

Di tengah berbagai tantangan yang dihadapi, pelaku UMKM di Desa Klambir V Kebon juga memiliki sejumlah peluang untuk mengoptimalkan pemasaran produk melalui YouTube. Pertumbuhan pesat pengguna internet dan media sosial di Indonesia, khususnya YouTube sebagai salah satu platform terbesar, membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan promosi produk. Selain itu, terdapat tren meningkatnya minat konsumen terhadap produk lokal yang unik dan berkualitas, sehingga YouTube dapat menjadi saluran efektif untuk memperkenalkan potensi produk desa kepada pasar yang lebih luas (Khotimah et al., 2023). Dukungan teknologi dan infrastruktur digital yang terus berkembang, meskipun masih menghadapi beberapa keterbatasan, juga semakin memudahkan pelaku UMKM dalam mengakses dunia digital (Fuadi et al., 2021). Lebih jauh, meningkatnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi UMKM, baik di kalangan pelaku usaha maupun pemerintah, memperkuat peluang bagi UMKM desa untuk bertransformasi. Dalam konteks ini, pelatihan yang diberikan tidak hanya relevan tetapi juga strategis, karena mampu memberikan bekal pengetahuan praktis yang dapat langsung diterapkan untuk meningkatkan daya saing produk lokal (Judijanto et al., 2024).

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Di era digital ini, kemampuan literasi digital menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Khodijah & Harahap, 2025). Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman dalam mengelola, memproduksi, dan memanfaatkan konten digital secara kreatif dan produktif (Supina Batubara et al., 2024). Namun, masih banyak pelaku UMKM di daerah pedesaan yang belum memiliki kemampuan literasi digital yang memadai, sehingga mereka kesulitan memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Kondisi ini mendorong perlunya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital, seperti pelatihan penggunaan YouTube sebagai media promosi produk UMKM, agar pelaku usaha dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman dan meningkatkan daya saing di pasar digital (Zen et al., 2025).

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat meliputi:

## 2.1. Tatap Muka

Tatap muka dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah inti dari pelatihan yang bertujuan untuk memberikan pemahaman langsung dan keterampilan praktis mengenai cara memanfaatkan platform YouTube sebagai alat promosi produk UMKM di Desa Klambir V Kebon. Dalam kegiatan ini, peserta akan mendapatkan instruksi langsung dari para pengabdian (dosen dan mahasiswa) yang berkompeten di bidang pemasaran digital dan multimedia, serta kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi secara langsung mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam memperkenalkan produk mereka secara online.

## 2.2. Melatih Secara Langsung

Melatih secara langsung merupakan pendekatan yang sangat penting dalam program pengabdian kepada masyarakat ini karena memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM di Desa Klambir V Kebon untuk secara langsung mempraktikkan keterampilan yang mereka pelajari, serta mendapatkan umpan balik langsung dari pengabdian. Melalui pendekatan ini, pelatihan tidak hanya berbentuk teori atau konsep, tetapi juga berupa praktik langsung yang melibatkan peserta dalam pembuatan dan pengelolaan konten video untuk YouTube, yang akan meningkatkan kemampuan mereka dalam mempromosikan produk UMKM secara digital.

## 2.3. Prosedur Kerja

Prosedur kerja dalam pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pemberian pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM Desa Klambir V Kebon dalam memanfaatkan YouTube sebagai platform untuk mempromosikan produk mereka. Berikut adalah prosedur kerja yang sistematis dan terstruktur dalam pelaksanaan program pelatihan ini:

1. Persiapan Program Pelatihan : Menyusun dan mempersiapkan seluruh kebutuhan teknis, materi, dan sumber daya untuk pelatihan.
2. Pelaksanaan Pelatihan : Menyampaikan materi secara langsung kepada pelaku UMKM dan memberikan kesempatan bagi mereka untuk berlatih serta mengembangkan keterampilan dalam membuat konten YouTube.
3. Pendampingan dan Mentoring Berkelanjutan : Memberikan dukungan dan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan peserta dapat mengimplementasikan keterampilan yang mereka pelajari.
4. Evaluasi dan Penutupan : Menilai keberhasilan program pelatihan dan memberikan umpan balik untuk perbaikan program berikutnya.
5. Dokumentasi dan Pelaporan : Menyusun laporan kegiatan untuk dokumentasi dan keperluan evaluasi program.

## 3. HASIL PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Kreativitas Penggunaan YouTube untuk Memperkenalkan Produk UMKM Desa Klambir V Kebon” berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital, khususnya YouTube, sebagai sarana promosi produk. Salah satu hasil utama yang dicapai adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital peserta. Mereka kini lebih memahami cara membuat dan mengelola kanal YouTube, serta mampu memproduksi konten video yang lebih kreatif dan profesional. Dengan bantuan tutorial dan praktik langsung, peserta juga memperoleh kemampuan dasar pengeditan video menggunakan perangkat lunak sederhana, sehingga kualitas video promosi yang dihasilkan menjadi lebih baik.



**Gambar 1.** Pelatihan Kreativitas Penggunaan YouTube untuk Memperkenalkan Produk UMKM Desa Klambir V Kebon

### 3.1. Peningkatan Pemahaman tentang YouTube sebagai Platform Pemasaran

Salah satu hasil yang signifikan dari pelatihan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta, yaitu pelaku UMKM di Desa Klambir V Kebon, tentang pentingnya YouTube sebagai alat pemasaran digital. Sebagian besar peserta

awalnya belum menyadari potensi besar yang dimiliki YouTube dalam mempromosikan produk. Setelah pelatihan, peserta dapat memahami bagaimana YouTube tidak hanya sebagai platform hiburan, tetapi juga sebagai media yang efektif untuk mengenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Mereka belajar bahwa YouTube adalah saluran yang memungkinkan produk mereka untuk ditemukan oleh audiens dari berbagai daerah, bahkan luar negeri, yang dapat meningkatkan jangkauan pasar.

### **3.2. Peningkatan Kreativitas dalam Membuat Konten Promosi**

Pelatihan ini berhasil meningkatkan kreativitas peserta dalam membuat konten video yang menarik. Sebelumnya, banyak pelaku UMKM di Desa Klambir V Kebon yang merasa kesulitan atau ragu untuk membuat konten video yang dapat menarik perhatian audiens. Namun, setelah mendapat pelatihan mengenai dasar-dasar pembuatan video, seperti konsep pembuatan video, teknik pengambilan gambar, pencahayaan, serta editing video yang sederhana, peserta menjadi lebih percaya diri dan kreatif dalam mengemas produk mereka. Sebagai hasilnya, sejumlah peserta berhasil membuat video promosi yang menarik dan relevan dengan produk yang mereka tawarkan, menggunakan teknik storytelling dan visual yang efektif.

### **3.3. Penguasaan Teknik Dasar Pengeditan Video**

Dalam pelatihan ini, peserta juga diajarkan teknik pengeditan video dasar menggunakan aplikasi yang mudah diakses. Sebagian besar peserta awalnya tidak familiar dengan perangkat lunak pengeditan video, namun setelah melalui sesi praktikum, mereka mampu mengedit video produk mereka dengan lebih baik. Teknik pengeditan seperti penambahan teks, efek transisi, serta penggunaan musik latar yang sesuai dengan produk mulai dikuasai peserta. Hal ini meningkatkan kualitas video promosi mereka, yang pada gilirannya dapat menarik perhatian audiens yang lebih besar di YouTube.

### **3.4. Peningkatan Kemampuan dalam Menyusun Strategi Pemasaran Digital**

Salah satu bagian penting dari pelatihan ini adalah mengajarkan peserta cara membuat strategi pemasaran digital yang efektif menggunakan YouTube. Peserta belajar cara memanfaatkan fitur-fitur yang ada di YouTube, seperti penggunaan judul yang menarik, deskripsi video yang informatif, serta pengoptimalan tag dan kata kunci agar video mereka lebih mudah ditemukan melalui pencarian di YouTube. Mereka juga diberikan wawasan tentang bagaimana menjaga konsistensi dalam memposting konten dan berinteraksi dengan audiens untuk membangun komunitas di sekitar produk mereka. Hasilnya, peserta kini lebih memahami bagaimana mengembangkan saluran YouTube mereka menjadi sarana pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

### **3.5. Peningkatan Akses Pasar untuk Produk UMKM**

Sebagai hasil langsung dari pelatihan ini, produk-produk UMKM dari Desa Klambir V Kebon mulai dikenal lebih luas. Beberapa peserta melaporkan bahwa setelah memposting video promosi di YouTube, mereka mulai menerima perhatian dari konsumen luar daerah yang sebelumnya sulit dijangkau dengan metode pemasaran tradisional. Peningkatan jangkauan pasar ini memberikan dampak positif bagi penjualan produk mereka, yang diharapkan dapat memperbaiki ekonomi lokal. Video yang diposting oleh peserta kini berpotensi menjangkau audiens lebih luas, termasuk di pasar nasional, membuka peluang baru bagi produk lokal desa untuk dikenal lebih jauh.

### **3.6. Tantangan yang Dihadapi Selama Pelatihan**

Meskipun pelatihan ini memberikan banyak manfaat, ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh peserta. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan perangkat dan koneksi internet di beberapa bagian desa, yang mempengaruhi kelancaran proses pembuatan dan unggahan video. Beberapa peserta juga merasa kesulitan dengan keterampilan teknologi, meskipun mereka sudah diberikan pelatihan. Namun, dengan adanya sesi pendampingan yang intensif, sebagian besar peserta dapat mengatasi tantangan ini dan berhasil mengoptimalkan pembuatan konten video untuk pemasaran produk mereka.

### 3.7. Dampak Terhadap Perekonomian Desa

Secara keseluruhan, pelatihan ini berpotensi memberikan dampak positif pada perekonomian Desa Klambir V Kebon. Dengan meningkatnya kualitas dan daya tarik konten pemasaran produk, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan mereka dan memperluas pasar. Peningkatan penjualan produk UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat desa, dan menciptakan lapangan kerja baru, baik di sektor produksi maupun sektor digital.

## 4. KESIMPULAN

Pelatihan kreativitas penggunaan YouTube untuk memperkenalkan produk UMKM di Desa Klambir V Kebon telah berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan YouTube sebagai platform pemasaran digital. Pelatihan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada peserta mengenai pentingnya pemasaran digital, khususnya penggunaan YouTube, dalam memperkenalkan produk lokal kepada audiens yang lebih luas. Selain itu, pelaku UMKM di desa ini menunjukkan peningkatan kreativitas dalam pembuatan konten video, penguasaan teknik pengeditan video dasar, dan kemampuan dalam menyusun strategi pemasaran digital yang lebih efektif.

Melalui pelatihan ini, peserta berhasil mengembangkan video promosi yang lebih menarik dan relevan dengan produk mereka. Hal ini memungkinkan produk-produk UMKM Desa Klambir V Kebon untuk dikenal lebih luas, baik di pasar lokal maupun potensial di pasar global. Pelatihan juga memperkuat jaringan antar pelaku UMKM, sehingga dapat menciptakan kolaborasi yang lebih baik dalam pengembangan bisnis di masa depan.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Riset dan Pengembangan Universitas Pembangunan Panca Budi yang telah memberikan dukungan dan pendanaan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Klambir V Kebon beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan izin, bantuan, serta dukungan penuh selama kegiatan berlangsung. Tidak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada para pelaku UMKM Desa Klambir V Kebon yang telah berpartisipasi aktif dalam pelatihan dan diskusi, serta kepada seluruh tim pelaksana yang telah bekerja sama dengan baik demi kelancaran kegiatan ini. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kreativitas dan kemampuan promosi digital para pelaku UMKM, khususnya dalam pemanfaatan YouTube sebagai media promosi produk.

## 6. REFERENSI

- Candra, M. F. (2022). Efektivitas YouTube sebagai media promosi program studi ilmu komunikasi Fisip UNPAS. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 231–236.
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic review: Strategi pemberdayaan pelaku UMKM menuju ekonomi digital melalui aksi sosial. *Dikus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 5(1), 1–13.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan internet marketing dalam meningkatkan pendapatan pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 39–45.
- Judijanto, L., Heryadi, D. Y., Sihombing, R. S. M., Gusti, Y. K., & Semmawi, R. (2024). Rekayasa Sosial Ekonomi: Peningkatan Keterlibatan Masyarakat Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 223–229.
- Khodijah, S., & Harahap, R. R. (2025). Peningkatan Literasi Digital Masyarakat Melalui Pelatihan Dasar Komputer Dan Internet di Desa Saentis. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(3), 162–167.

Khotimah, S., Setiarso, O., Kurniasih, R., Karunia, M., & Soedirman, U. J. (2023). Pelatihan E- Marketing Bagi Penggiat. *JURIBMAS*, 01(03), 95–101.

Rahayu, M., & Fitriyah, Z. (2024). Keterampilan foto dan video sebagai peningkatan branding produk bagi UMKM Kelurahan Rungkut Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 152–158.

Supina Batubara, Eko Hariyanto, & Afdi Afandi. (2024). Peningkatan Literasi Digital dan Akses E-Commerce melalui Aplikasi SEMBOL di Masyarakat Pasar Tradisional Gambir Percut Sei Tuan. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 3(1), 336–341. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v3i1.257>

Supiyandi, S., Rizal, C., Zen, M., & Eka, M. (2022). PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI DESA UNTUK E-GOVERNMENT DESA TOMUAN HOLBUNG KECAMATAN BANDAR PASIR MANDOGGE KABUPATEN ASAHAN. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 8(2). <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v8i2.6848>

Zen, M., Saragih, R., Gultom, I., Puspita, A., Sinaga, S., & Pandu, E. (2025). *Optimalisasi Metode Pembelajaran Interaktif dalam Kursus Komputer di LKP Karya Prima Secara Hybrid*. 4(1), 66–72.