



### PEMANFAATAN TEKNOLOGI DALAM PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN DI UMKM KECAMATAN SAGULUNG

Larisang<sup>1)</sup>, Sanusi<sup>2)</sup>, Ismail<sup>3)</sup>, Pattasang<sup>4)</sup>, Hafidz<sup>5)</sup>

<sup>1,2,4,5)</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Ibnu Sina

<sup>3)</sup>Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Ibnu Sina

*Email Correspondence:* [sanusi@uis.ac.id](mailto:sanusi@uis.ac.id)

#### ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat saat sekarang ini sangatlah berbeda dari beberapa tahun sebelumnya. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi dalam kegiatan bisnis terutama promosi menjadi aspek penting dalam upaya meningkatkan penjualan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang seringkali memiliki keterbatasan sumber daya. Pengabdian ini difokuskan pada pengabdian masyarakat dengan tujuan membantu UMKM mengadopsi dan mengoptimalkan berbagai teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka melalui strategi promosi yang efektif. Metodologi pengabdian dilakukan melalui serangkaian pelatihan langsung kepada UMKM di Kota Batam di wilayah Kecamatan Sagulung, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik masing-masing usaha. Teknologi yang difokuskan meliputi penggunaan media sosial, pemasaran digital, dan alat-alat e-commerce yang dapat membantu UMKM mencapai visibilitas yang lebih besar di pasar online dan juga diberikan pelatihan bagaimana meningkatkan motivasi dan strategi dalam berusaha. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam menggunakan teknologi promosi, yang berdampak positif pada peningkatan penjualan dan akses pasar. Adopsi teknologi ini juga membantu UMKM untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, meningkatkan pelayanan, dan pada akhirnya, meningkatkan omset penjualan. Keberhasilan pengabdian ini tidak hanya terletak pada implementasi teknologi, tetapi juga pada pemberdayaan UMKM untuk mandiri dalam mengelola dan mengembangkan strategi promosi berbasis teknologi. Oleh karena itu, pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat segera bagi UMKM yang terlibat, tetapi juga memberikan landasan bagi keberlanjutan dan peningkatan kapasitas mereka dalam menghadapi tantangan di era digital ini khususnya di Kota Batam.

**Kata Kunci:** Teknologi, promosi, penjualan, UMKM

#### ABSTRACT

The rapid advances in technology and shifts in societal lifestyles necessitate the integration of technology in business operations, especially for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) with limited resources. The focus is on community service, aiding MSMEs in adopting and optimizing technology to enhance competitiveness through effective promotional strategies. This activity is focused on community service with the aim of helping MSMEs adopt and optimize various technologies to increase their competitiveness through effective promotional strategies. The service methodology is carried out through a series of direct training for MSMEs in the Sagulung District area Batam City taking into account the needs and characteristics of each business. The technology focused on the use of social media, digital marketing, and e-commerce tools to help MSMEs achieve greater visibility in the online market and training is also provided on how to increase motivation and strategy in business. The results of the service show an increase in MSMEs' understanding and skills in using promotional technology, which has a positive impact on increasing sales and market access. Adoption of this technology also helps MSMEs to build stronger relationships with customers, improve service, and ultimately, increase sales turnover. The success of this service does not only lie in the implementation of technology, however also in empowering MSMEs to be independent in managing and developing technology-based promotional strategies. Therefore, this service not only provides immediate benefits for the MSMEs involved, but also provides a foundation for sustainability and increasing their capacity in facing challenges in this digital era, especially in Batam City.

**Keywords:** Technology, promotion, sales, small and medium enterprise

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam memajukan perekonomian Indonesia khususnya di kota kota Batam. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter tahun 1997 di saat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta atau lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia, dengan daya serap tenaga kerja sebanyak 119 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Hal ini membuktikan bahwa kontribusi UMKM cukup besar pada PDB Indonesia, yaitu sekitar 60% PDB pada tahun 2019 (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Akan tetapi, Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan bagi kondisi perekonomian terutama bagi UMKM. Dampak tersebut berupa masalah keuangan dan masalah nonkeuangan. Masalah keuangan utama yang dihadapi UMKM adalah penurunan pendapatan (Br Tarigan et al., 2022).

Batam juga merupakan daerah yang mempunyai UMKM sebanyak 81486, berbatasan langsung dengan negara tetangga seperti Singapore dan Malaysia serta menjadi pusat tujuan wisata baik dari wisatawan lokal maupun manca negara. Sehingga hal ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjual produk-produk hasil olahan yang akan dijadikan sebagai buah tangan atau oleh-oleh bagi wisatawan. Pertumbuhan ekonomi dan peningkatan jumlah penduduk dan pengunjung di Batam berbanding lurus dengan peningkatan jumlah pesaing baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri seperti Singapore, Malaysia, Thailand, China dan negara-negara lainnya.

UMKM yang menjadi basis penggerak ekonomi nasional dan pembuka lapangan pekerjaan mendapatkan perhatian tajam pasca pandemi covid 19. Kekuatan ekonomi UMKM yang porsinya 99 persen dengan kontribusi 97 persen untuk menciptakan lapangan kerja(Khasanah, 2023), oleh karena itu dibutuhkan upaya kongkrit dan nyata dalam rangka menempatkan dan mengangkat usaha mikro kecil dan menengah untuk memiliki pondasi yang kuat sehingga tetap dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan bersaing secara nasional dan internasional.

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan dibidang teknologi baik dalam membuat, memasarkan dan menjual produk(Sanusi et al., 2022). Ada banyak platform yang bisa digunakan oleh UMKM seperti *Facebook*, *Whatsup*, *IG* dan banyak lagi *platform* yang bisa digunakan dan strategi yang bisa menghadapi tantangan (Suryadi, 2018).

Secara keseluruhan tahun 2022, perekonomian Kepri diperkirakan mengalami perbaikan yang didorong oleh meningkatnya mobilitas dan aktivitas usaha seiring terkendalinya kasus Covid-19. Pertumbuhan ekonomi Kepri diperkirakan akan ditopang oleh komponen investasi yang meningkat seiring kinerja net ekspor yang membaik pada sisi pengeluaran serta peningkatan pertumbuhan industri pengolahan, konstruksi, dan perdagangan pada sisi lapangan usaha. Dukungan belanja pemerintah melalui penyaluran bansos akan turut menjaga daya beli masyarakat dan memberikan berdampak terhadap peningkatan konsumsi rumah tangga. Selain itu, dalam mendorong perkembangan pariwisata khususnya menarik kedatangan wisata mancanegara, travel bubble antara Singapura dan Batam-Bintan telah disepakati oleh kedua negara pada 24 Januari 2022 Dari permasalahan yang disajikan diatas, Olehkarena itu dianggap penting bagi UMKM

mendapatkan pelatihan mengenai bagaimana memanfaatkan teknologi dalam meningkatkan omset dan bisa bersaing secara nasional dan internasional dan keefektifan dalam menggunakan digital marketing (Yasmin et al., 2015).

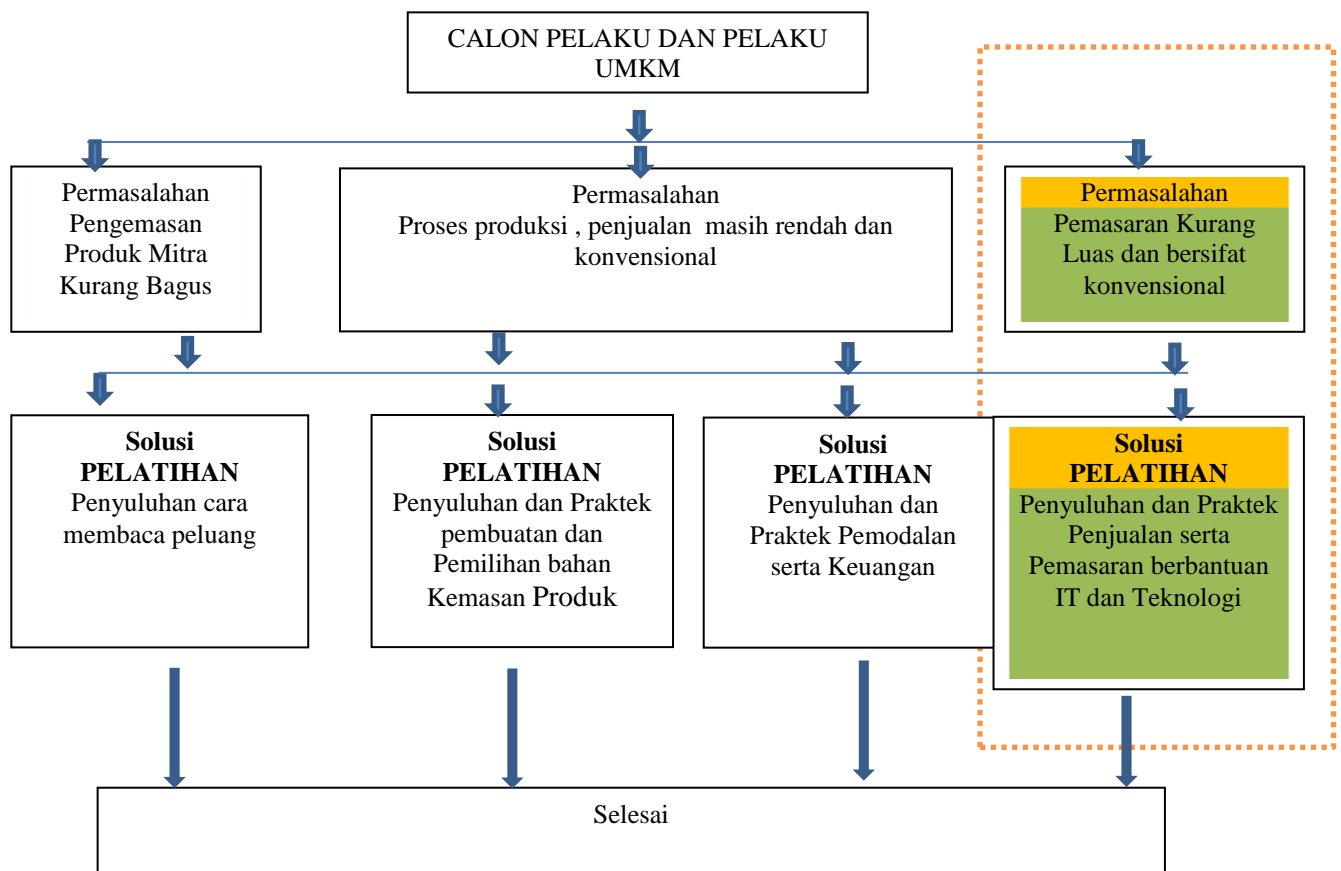
## **METODE**

Metode kegiatan ini berupa pelatihan kepada calon pelaku dan Pelaku UMKM Kota Batam. Setelah diberi pelatihan, selanjutnya mereka dibimbing untuk menerapkan hasil pelatihan dalam rangka memanfaatkan teknologi dalam pemasaran. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

- a) **Observasi dan Survei**  
Sebelum dilaksanakan observasi dilakukan di lapangan untuk melihat aktivitas yang dilakukan UMKM tentang pemanfaatan teknologi yang ada di pasaran. Survei ini dilakukan kepada beberapa UMKM di Kota Batam.
- b) **Perencanaan Konsep Kegiatan PKM**  
Setelah survey dilakukan teridentifikasi beberapa persoalan yang memungkinkan untuk dilakukan pada tahapan awal kegiatan PKM. Permasalahan pertama adalah masih kurang pemahannya pelaku UMKM dengan pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha.
- c) **Studi Pustaka**  
Setelah dilakukan observasi kepada objek sasaran, didapatkan bahan terkait dengan informasi yang harus diberikan kepada sasaran program. Informasi tersebut dicari melalui jurnal, artikel, *textbook* dan *browsing internet*. Informasi yang didapatkan dijadikan dasar dalam memberikan masukan dan pelatihan kepada UMKM akan apa yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang.
- d) **Persiapan Administrasi Dan Birokrasi**  
Melakukan persiapan dengan cara mengundang peserta pelatihan dan meminta izin kepada pihak-pihak terkait. Setelah dilakukan observasi dan perencanaan teknis kegiatan, selanjutnya dilakukan persiapan administrasi dan birokrasi yang dalam hal ini adalah pembuatan surat kerjasama dengan PKM,
- e) **Pelaksanaan Kegiatan**  
Kegiatan dilaksanakan sesuai jadwal yang sudah ditetapkan.
- f) **Evaluasi Program**

## **Pola Pendekatan**

Metode pelaksanaan kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Dalam Promosi Dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan digambarkan dalam diagram berikut ini berupa solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Untuk pelatihan yang dilakukan pada pengabdian ini adalah bagaimana membantu pelaku UMKM agar bisa memasarkan produk secara luas menggunakan teknologi untuk meningkatkan omset penjualan.



Gambar 1 Pola pendekatan berkelanjutan

### Metode Pelaksanaan

Metode kegiatan ini berupa pelatihan kepada calon pelaku dan Pelaku UMKM Kota Batam. Setelah diberi pelatihan, selanjutnya mereka dibimbing untuk menerapkan hasil pelatihan dalam rangka memanfaatkan teknologi dalam pemasaran. Berikut ini adalah tahapan pelatihan yang dilakukan:

1. Tahap Persiapan, yang dilakukan meliputi :
  - a) Survei.
  - b) Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran.
  - c) Penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi: makalah dan modul untuk kegiatan pelatihan.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan.

Tahap ini menjelaskan tentang pentingnya bagi pelaku usaha untuk mengetahui teknologi dan mengaplikasikannya di dunia usaha. Selanjutnya, sesi pelatihan yang menitik beratkan pada kemampuan membuat bahan pemasaran dengan menggunakan aplikasi. Pemberian pelatihan ini dilakukan dengan teknik simulasi agar para pelaku usaha mendapatkan pengalaman langsung sekaligus pengayaan dari teman-temannya dan tim pelatih.

3. Metode Pelatihan untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

- a) Metode Ceramah; Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan bagi guru untuk mengetahui aplikasi *Google Business* dan mengaplikasikannya untuk pembelajaran di dunia usaha.
- b) Metode Tanya Jawab ; Metode tanya jawab sangat penting bagi para peserta pelatihan, baik di saat menerima penjelasan tentang topik yang dibahas serta saat mempraktekkannya
- c) Metode Simulasi ; Metode simulasi ini sangat penting diberikan kepada para peserta pelatihan untuk memberikan kesempatan mempraktekkan materi pelatihan yang diperoleh.

Evaluasi proses dan hasil (pencapaian tujuan pelatihan) dilakukan dengan angket tanya jawab, dan observasi. Sedangkan evaluasi aspek penyelenggaraan pelatihan dilakukan dengan pemberian angket indikator keberhasilan dalam pelaksanaan pelatihan media pembelajaran dengan menggunakan aplikasi untuk pelaku usaha ada 2 metode, yaitu.:

- a) Evaluasi selama proses pelatihan Evaluasi saat pelaksanaan pelatihan meliputi, keterlibatan dan kemampuan peserta setiap tahap pelatihan. Pada tahap akhir, peserta diharapkan dapat memanfaatkan aplikasi *Google Business* untuk membuat media pemasaran.
- b) Evaluasi Pasca Pelatihan Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dievaluasi berdasarkan taraf penyelesaian materi pelatihan, dan Tim Pengabdian akan melakukan evaluasi dengan mengamati dan memeriksa hasil desain pemanfaatan aplikasi *Google Business* dalam pembuatan media pemasaran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan, Interview dilakukan untuk mengidentifikasi jenis usaha dan minat dari calon peserta, jenis usaha, kendala dan keinginan peserta pelatihan untuk memperbaiki usaha mereka. Peserta pelatihan terdiri dari 22 ibu – ibu rumah tangga dan 3 bapak-bapak dimana diantara mereka terdapat perangkat RT dan RW. Pada saat persiapan mahasiswa yang ditugaskan untuk mencari informasi dan mempersiapkan segala kebutuhan untuk pelaksanaan mulai dari persiapan tempat, konsumsi dan mengatur para peserta pelatihan.

**a. Pemberian Materi**

Pelaksanaan pelatihan dilakukan oleh dosen pengabdian dan dibantu oleh mahasiswa untuk pelaksanaan pengabdian agar lebih efektif dan lebih efisien. Pelaksanaan sebagaimana yang tertera dibawah ini dimulai dari pembukaan hingga doa.



**Gambar 1 Pemberian materi motivasi kewirausahaan**

Gambar 1 menunjukkan kegiatan pemberian pelatihan serta materi dalam rangka untuk meningkatkan motivasi dan menumbuhkan kembangkan jiwa kewirausahaan kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini memaparkan bagaimana usaha dimulai dan dijalankan, pemaparan materi juga disertai dengan contoh dan penggunaan aplikasi.

**b. Pemaparan Materi oleh pemateri 1**

**“Membangun semangat dan jiwa wirausaha sukses di era 4.0 melalui teknologi dan Digitalisasi”**



**Gambar 2 Pemaparan Materi oleh pemateri 1**

Gambar 2 menunjukkan proses pemberian materi serta simulasi penggunaan teknologi dalam memasarkan produk baik dalam proses pembuatan dan proses pemasaran. Peserta pelatihan mengikuti dengan baik untuk mendengarkan materi serta melakukan simulasi penggunaan media social dalam menjalankan usaha.



**c. Pemaparan Materi oleh pemateri 2**  
**“Teknologi Kemasan, Design, dan Pelabelan Kemasan Produk Makanan”**



**Gambar 3 Pemaparan Materi oleh pemateri 2**

Gambar 3 menunjukkan pemateri memberikan contoh dan pemanfaatan media social dan digital marketing untuk memasarkan produk dan Teknik pelaksanaannya. Selain memberikan materi, peserta juga memberikan pengalaman yang mereka rasakan disaat menjalankan usaha.

**d. Pembacaan Doa**

Setelah acara pelatihan selesai dilanjutkan dengan pembacaan doa penutup, serta memberikan bingkisan dan sertifikat pelatihan.



**Gambar 4 Pembacaan Doa dan Penutup**

**KESIMPULAN**

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun.

Dari hasil interview yang dilakukan kepada peserta pelatihan, dapat disimpulkan bahwa mereka mendapatkan pengetahuan baru dan pengalaman baru dalam menghadapi tantangan dibidang teknologi dan digitalisasi sekarang ini. Sebelum pelatihan mereka sudah menerapkan penjualan dengan system digital dan media social, akan tetapi setelah pelatihan mereka semakin yakin bahwa dengan pemanfaatan teknologi bisa meningkatkan penjualan dari materim contoh dan strategi yang diberikan oleh pemateri.

Selanjutnya, peserta mendapatkan banyak pengetahuan yang bisa merubah pola pikir dan memberikan semangat berwirausaha dan mengetahui dampak bahaya kemasan yang dipilih untuk keberlangsungan bisnis dimasa yang akan datang.

## **SARAN**

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

- a) Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian perlu ditambah agar tujuan kegiatan dapat tercapai sepenuhnya,
- b) Adanya kegiatan lanjutan yang berupa pelatihan sejenis selalu diselenggarakan secara periodik sehingga dapat meningkatkan kemampuan calon pelaku usaha dan pelaku usaha dan bisa melihat tingkat keberhasilan usaha
- c) Pelatihan yang ingin didapatkan oleh peserta pada pelatihan berikutnya terdiri dari Kewirausahaan, Ide bisnis, Pengajaran pembukaan dan hal apa saja yang harus dipertimbangkan dalam pembuatan usaha tersebut, Pelatihan mengenai pemasaran dagangan, Pelatihan tentang usaha, Pelatihan untuk membangkitkan semangat dalam berwirausaha/pelatihan yang bisa mengembangkan skill.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Br Tarigan, Z. N. A., Dewi, F. N., & Pribadi, Y. (2022). Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Masa Pandemi: Dukungan Kebijakan Pemerintah. *Jurnal BPPK : Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan*, 15(1), 12–23. <https://doi.org/10.48108/jurnalbppk.v15i1.666>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Laporan Kinerja*.
- Khasanah, U. (2023). UMKM Pasca Covid, Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Global. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 267–268. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.4597>
- Sanusi, Larisang, & M. Ansyar Bora. (2022). Peningkatan Daya Saing Usaha Melalui Perbaikan Kemasan Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 1(2), 50–56. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v1i2.406>
- Suryadi, D. (2018). Peran dan Strategi Perkembangan Kewirausahaan dan Tantangannya Dalam Menghadapi Perekonomian di Masa Yang Akan Datang. *Jurnal Universitas Bale Bandung, April*, 1–14.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. *The International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69–80. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>