



## **Sosialisasi Dan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Produk UMKM Kepada Siswa SMAK Yos Sudarso Kota Batam**

**Syafruddin Rais**

Manajemen Tata Hidangani, Politeknik Pariwisata Batam

[yos@btp.ac.id](mailto:yos@btp.ac.id)

**Dailami**

Manajemen Tata Hidangani, Politeknik Pariwisata Batam

[dailami@btp.ac.id](mailto:dailami@btp.ac.id)

**Natal Olotua Sipayung**

Manajemen Tata Hidangani, Politeknik Pariwisata Batam

[natal@btp.ac.id](mailto:natal@btp.ac.id)

### **Abstract**

*Many MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) actors are covered by their lack of knowledge about digital marketing and electronic commerce (e-commerce). Take advantage of the potential in digital marketing and how to create good digital content to attract customers. Based on various facts obtained from the field, it can be formulated that the problems that arise in the EPI (Excellent Preneur Indonesia) MSME community are: lack of content creation and content sharing for digital marketing content. This problem prompted the community service team to provide outreach regarding digital content creation for the development of the MSME community. The method used is in the form of lectures, then questions and answers, and practice of creating content. The outreach was attended by 25 participants and went smoothly. This service activity produced results, including being able to increase knowledge and motivation as well as participants' ideas for creating digital content for the business they were running and adjusted according to target customers.*

**Keywords:** *Stimulation of Digital Content Creation for MSME Products*

### **Abstrak**

Banyak para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tertutup oleh minimnya pengetahuan mereka mengenai digital marketing dan electronic commerce (e-commerce). Memanfaatkan potensi di digital marketing dan bagaimana membuat konten digital yang bagus guna menarik pelanggan. Berdasarkan berbagai fakta yang didapat dari lapangan, maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan yang muncul pada komunitas UMKM EPI (Excellent Preneur Indonesia) yaitu: lack of content creation and content sharing for content digital marketing. Permasalahan tersebut mendorong tim pengabdian masyarakat untuk memberikan sosialisasi mengenai pembuatan konten digital untuk pengembangan komunitas UMKM. Metode yang digunakan adalah berupa ceramah, kemudian tanya jawab, dan serta praktek pembuatan konten. Sosialisasi diikuti oleh 25 peserta dan berlangsung lancar. Kegiatan pengabdian ini membuahkan hasil diantaranya dapat menambah pengetahuan dan motivasi serta ide peserta untuk membuat konten digital untuk usaha yang dijalani dan disesuaikan sesuai target pelanggan.

**Kata Kunci:** Stimulasi Pembuatan Konten Digital Produk UMKM

## **PENDAHULUAN**





Penggunaan platform digital bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) merupakan salah satu sarana yang efektif untuk menjalankan strategi marketing. Dengan modal yang lebih rendah, kegiatan pemasaran melalui sosial media dan platform digital yang dapat menjangkau konsumen lebih luas. Menurut Mustika (2019) digital marketing merupakan suatu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial (instagram, tiktok dll). Digital marketing terdiri atas kegiatan interaktif dalam pemasaran yang terpadu untuk memudahkan interaksi beberapa pihak diantaranya produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Dalam pelaksanaan digital marketing tersebut dibutuhkan pembuatan konten-konten yang menarik dan kreatif, sehingga UMKM diperlukan pemahaman mengenai perilaku dan kebutuhan akan masyarakat. Selain itu menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradiani (2018) bahwa digital marketing menjadi media yang dapat mengembalikan baik sebagai saran promosi produk yang paling efektif serta efisien, dengan penggunaan sistem pemasaran versi digital marketing juga akan meningkatkan volume penjualan produk dari bisnis itu sendiri. Promosi dapat dikatan efektif serta efisien apabila promosi tersebut tepat sasaran akan membantu meningkatkan penjualan. Saat melakukan promosi, UMKM perlu mengetahui akan membuat konten yang diinginkan karena konten menyesuaikan kesukaan konsumen dan meningkatkan brand awareness dari UMKM. Menurut Rangkuti (2004) setiap pembeli memiliki kemampuan untuk mengingat suatu merke atau iklan setelah mendapat ransangan secara spontan dengan beberapa kata kunci yang disebut sebagai brand awareness. (Okawati & Agustina, 2022)

Konsekuensinya, UMKM harus dapat membuat konten-konten yang mengandung pesan sedemikian agar dapat menghasilnya dampak yang sesuai dengan harapan. Menurut Gamble (2016), semakin overloaded konten digital yang menarik perhatian dengan pengemasan yang baik akan mendapat perhatian audience. Konten yang dibuat juga harus mempertimbangan target dari pemasaran mengingat konten ditujukan untuk berbagai kalangan dari anak-anak hingga dewasa. Untuk itu, diperlukan pemahaman UMKM yang mendalam dan strategi yang tepat dalam membuat konten yang menarik dan kreatif. Selain mempertimbangkan hal tersebut, suatu konten dalam membangun digital marketing yang baik biasanya memiliki beberapa hal seperti usability dan accessibility (Ryan, 2017). Usability merupakan konten digital yang sederhana





serta elegan dalam hal design, dan memiliki fungsi yang jelas agar dapat mendorong audiens untuk melakukan apa yang diinginkan oleh pemilik konten yang efektif. Sedangkan accessibility merupakan konten yang dapat diakses oleh setiap orang secara equal dimana siapa saja tidak mempunyai batasan untuk dapat mengakses konten tersebut termasuk bagi audiens yang difabel. Kedua hal ini menjadi dasar pertimbangan yang wajib pelaku UMKM ketahui dimana mereka harus menyediakan konten digital secara visual, tekstual yang beragam sehingga dapat dikonsumsi secara interaktif dan pesannya diterima dengan baik (Okawati & Agustina, 2022).

Konten digital yang sudah disediakan pelaku UMKM dapat dipromosi dalam beberapa aplikasi yang biasa digunakan sebagai digital marketing meliputi: (1) Situs Web, (2) Media Sosial, (3) Aplikasi Chat, (4) Blog, dan (5) Email. Dalam implementasi kegiatan pemasaran tersebut, pelaku UMKM tidak hanya boleh mengandalkan kemampuan untuk dapat membuat produk dan menjual secara apa adanya, namun pelaku UMKM harus meningkatkan kinerja usahanya dari beberapa hal, salah satunya pemasaran dan teknologi. Jika dilakukan secara serius dalam jangka panjang, kondisi ini tentu akan memberikan dampak pada kelangsungan usaha pelaku UMKM. Oleh sebab itu dibutuhkan pemahaman dan pengetahuan dalam teori untuk implementasi praktik kegiatan pemasaran. Menurut Kannan & Li (2017) bahwa segala aktivitas pemasaran (termasuk digital marketing) yang menciptakan dan memproses untuk mengkomunikasikan nilai-nilai penjual kepada pembeli atau pihak terkait. Nilai-nilai penjual akan terlihat dari konten-konten yang mereka bagikan ke pembeli. (Okawati & Agustina, 2022)

Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM adalah salah satu cabang dari Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM yang merupakan bentuk bagian dari pengabdian masyarakat. Sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Dosen dan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam, Program Studi Manajemen Tata Hidangan, mengadakan sebuah pengabdian masyarakat berupa kegiatan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM berupa pembagian Pengembangan usaha. Dalam pelaksanaannya, kegiatan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM berupa pembagian dari kegiatan untuk pengembangan usaha didanai oleh iuran anggota salah satu kelompok Dosen yang Mengikuti Kegiatan PKM Politeknik Pariwisata Batam.





Persaingan global sudah sangat sengit dan tidak bisa dielakkan lagi, sehingga menjadi tantangan bagi negara Indonesia. Hampir setiap negara bersaing menonjolkan keunggulan sumber daya masing-masing. Pemberdayaan sumber-sumber ekonomi dapat dilakukan apabila sumber daya manusia di negara tersebut memiliki kompetensi keterampilan, keahlian, dan pengetahuan yang cukup untuk mengembangkan sumber tersebut. Namun dipastikan akan kalah bersaing secara global, apabila minimnya pengetahuan SDM, minimnya keterampilan SDM, sempitnya lapangan pekerjaan serta kurangnya perhatian dari pemerintah untuk menciptakan lapangan pekerjaan. (Gunawan, 2020)

Pada era ini perkembangan teknologi sangat pesat. Perkembangan kecerdasan buatan berdampak terhadap kegiatan perekonomian. Aplikasi berbasis web juga mengalami perkembangan yang pesat terutama dibidang e commerce yang membuat persaingan bisnis semakin kuat dan kompetitif.

Perkembangan teknologi informasi membantu menjangkau pelanggan dan memberikan layanan terbaik, baik untuk perusahaan besar atau kecil, saat ini membutuhkan kehadiran digital. Pertumbuhan besar-besaran dalam kewirausahaan digital telah dimungkinkan oleh ketersediaan sejumlah besar alat dan layanan digital. Pertumbuhan start up baru dibidang teknologi semakin mempermudah mencari informasi yang tersebar di berbagai saluran, (Perwita, 2021)

Pertumbuhan start up baru membuat pelanggan menunggu dan mencari 'hal terbaik berikutnya', sehingga hal ini membuka banyak ruang untuk perusahaan baru untuk lahir. Startup membutuhkan pembiayaan awal, seperti biaya overhead yang dapat diminimalkan dengan beberapa cara. Ruang kerja bersama, misalnya, menjadi hal yang umum saat ini karena memungkinkan Anda membuka kantor sendiri tanpa harus memiliki rumah.

Pelatihan Dasar Entrepreneurship di Era Digital adalah salah satu cabang dari pengembangan usaha yang merupakan bentuk bagian dari pengabdian masyarakat. Sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, Dosen dan Mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam, Program Studi Manajemen Tata Hidangan, mengadakan sebuah pengabdian masyarakat berupa kegiatan Pelatihan Dasar Entrepreneurship di Era Digital berupa pembagian pengembangan usaha. Dalam pelaksanaannya, kegiatan Pelatihan Dasar Entrepreneurship di Era





Digital berupa pembagian pengembangan usaha didanai oleh iuran anggota salah satu kelompok Dosen yang Mengikuti Kegiatan PKM Politeknik Pariwisata Batam.

Perkembangan dunia usaha terus mengalami kemajuan. Dari sudut aktivitas usahanya dilakukan dengan cara yang awalnya konvensional hingga cara online. Salah satu kunci sukses dalam bidang usaha baik itu barang atau jasa adalah pemasaran. Pemasaran di era teknologi ini tidak hanya dilakukan secara konvensional seperti direct selling, pemasangan spanduk dan lainnya, tetapi diimbangi pula dengan pemanfaatan teknologi internet.

Teknologi internet memberikan banyak kegunaan bagi pelaku bisnis termasuk para pelaku UMKM yaitu meningkatkan pemasaran sehingga dapat meningkatkan produktivitas usahanya. Salah satu teknologi internet khususnya yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran yang sedang trend saat ini adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi dalam menghubungkan banyak orang dengan tidak berbiaya dan mudah dalam penggunaannya. "Media sosial adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara user satu dengan user lainnya, mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet". Media sosial memiliki tujuan sebagai media berkomunikasi yang dapat menghubungkan para pemakainya dengan jaringan yang sangat luas. (Sudewa, 2021)

Istilah digital untuk saat ini sudah tidak asing namun muncul pertanyaan mengapa perlu mempelajari atau mengetahui perkembangan digital. Di era digital hampir semua aktivitas dilakukan melalui internet, seperti melakukan komunikasi, berbisnis, pendidikan, bahkan keamanan yang saat ini dapat dipantau dari mana saja melalui cctv online, dan masih banyak hal lainnya yang dapat dikembangkan melalui internet.

Masyarakat Indonesia semakin tidak bisa terlepas dengan internet seperti yang ditunjukkan pada data dalam gambar berikut:

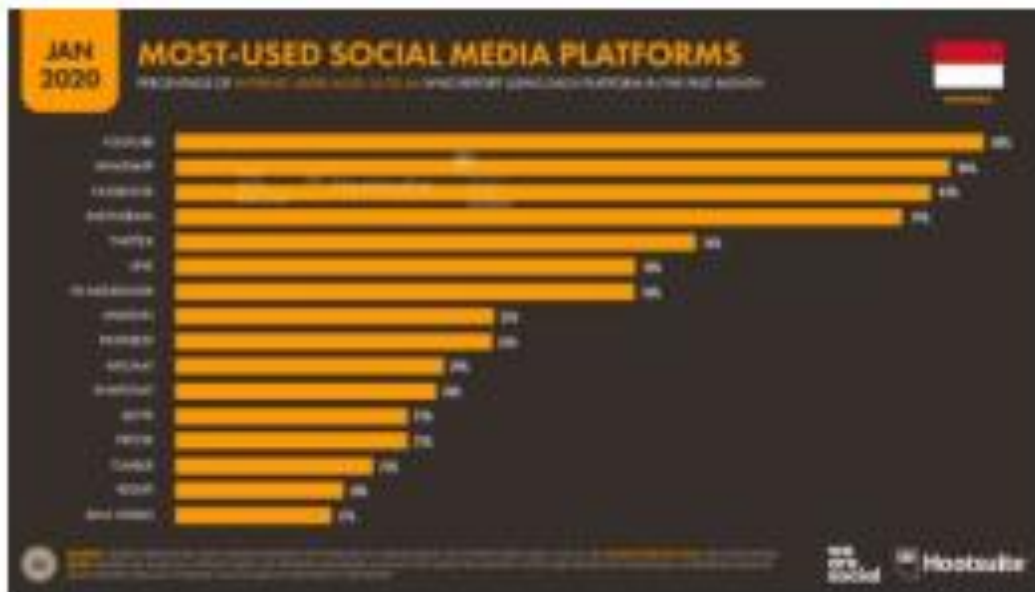


Gambar 1. Pengguna Internet Di Indonesia.





Berdasarkan data pada gambar tersebut jumlah populasi Penduduk Indonesia adalah 272,1 juta jiwa dan yang memanfaatkan atau menggunakan sambungan seluler sebanyak 338,2 juta jiwa sehingga perbandingannya menunjukkan 124% pengguna sambungan seluler di Indonesia melebihi dari jumlah penduduk itu sendiri. Oleh karena itu dapat disimpulkan terdapat penduduk Indonesia yang menggunakan sambungan seluler lebih dari satu. Penduduk yang mengakses internet sebanyak 175,4 juta jiwa, kondisi tersebut dapat menjadi potensi pasar dalam pemasaran digital terutama yang menggunakan platform media sosial. Berikut data pengguna media sosial di Indonesia:



Gambar 2. Pengguna Media Sosial di Indonesia

Media sosial yang aktif digunakan oleh pengguna internet di Indonesia dari paling teratas adalah YouTube, WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, Line, FB Messenger, LinkedIn, Pinterest, We Chat, Snapchat, Skype, Tik Tok, Tumblr, Reddit, sina weibo. Berdasarkan urutan data tersebut maka pemasar digital harus dapat memutuskan dengan sebaik-baiknya ketika akan melakukan pemasaran atau pemasangan iklan di media sosial dan harus tepat memilih media sosial yang akan digunakan. (Sudewa, 2021)

### **GAMBARAN UMUM MASYARAKAT MITRA**

SMP Yos Sudarso berdiri pada tanggal 20 Juli 1981 di Sei (Sungai) Jodoh Batam. Bermula dari SD Karya Dharma sekolah kecil yang dikelola oleh umat Katolik setempat. Pada tanggal 20 Januari 1977 SD Karya Dharma dialihkan pengelolannya ke Yayasan Tunas Karya yang memang khusus membidangi







pendidikan. Saat itu Ketua Yayasan adalah Pastor W.H.Lambregts, SS.CC. dan Pada saat itu pula nama SD Karya Dharma diganti menjadi SD Yos Sudarso yang diambil dari seorang Pahlawan Nasional sejati beragama Katolik yaitu Laksamana Muda TNI (Anumerta) Yosaphat Sudarso.

Berhubung tamatan dari SD-SD yang ada di Batam pada saat itu harus melanjutkan ke SMP yang ada dan paling dekat adalah SMPN 1 Belakang Padang (ibukota kecamatan), tentunya sangat sulit bagi orang tua karena untuk menuju ke SMPN Belakang Padang anak-anak harus naik speedboat dari pelabuhan Batu Ampar yang sudah tentu membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Beruntung bagi yang mempunyai saudara atau keluarga di Tanjung Pinang mereka dapat melanjutkan ke salah satu SMP di Tanjung Pinang. Dengan kondisi seperti ini tidak heran begitu menamatkan SD, banyak yang bekerja membantu orang tua mencari nafka. ([Http://tunaskarya.org/#blog](http://tunaskarya.org/#blog), 2023)

Pada tahun 1980 berdiri satu SMP swasta di Batam bersamaan dengan pertama kalinya SD Yos Sudarso meluluskan siswanya. Kehadiran SMP swasta yang hanya satu-satunya di Batam ini, disambut baik oleh banyak pihak termasuk orang tua siswa SD Yos Sudarso yang anaknya baru saja lulus. Sebagian besar siswa lulusan SD Yos Sudarso melanjutkan studinya ke SMP swasta yang lokasinya di Patam Sekupang yang kurang lebih 15 Km dari Sei Jodoh, dengan kondisi jalan tanah yang belum baik dan jembatan darurat yang melintasi Sei Ladi sehingga mencemaskan orang tua siswa khususnya umat Katolik Sei Jodoh.

Melihat kondisi jalan dan lokasi sekolah SMP ini kurang mendukung, umat Katolik Sei Jodoh mendesak Pengurus Yayasan Tunas Karya agar segera membuka SMP untuk kesinambungan pendidikan anak-anaknya. Sebenarnya bagi pengurus Yayasan Tunas Karya cukup berat mengingat keberadaan SD Yos Sudarso saja masih sangat darurat. Minim sarana prasarananya. Berhubung karena desakan umat yang begitu besar dan kesediaan untuk membantu dan mau menerima SMP dengan kondisi sedarurat apapun, maka Pengurus Yayasan Tunas Karya akhirnya membuka SMP Yos Sudarso sebagai kelanjutan dari jenjang pendidikan SD Yos Sudarso.

Tekad dan semangat Ketika mendirikan SMP Yos Sudarso, tidak ada sepotong sependukpun yang di pasang atau lewat media lainnya karena memang tidak ada sesuatu yang dapat dijanjikan, dipamerkan dan di unggulkan kepada masyarakat atas kehadiran SMP Yos Sudarso. Gedung sebagai sarana vital,





meubeler siswa belum tersedia. Demikian juga guru-guru yang akan mengajar belum ada. Yang ada hanya tekad dan semangat serta dukungan umat. Tanggal 20 Juli 1981 lahirlah SMP Yos Sudarso dengan di tandai upacara sederhana dan pengguntingan pita berwarna merah oleh Ketua Yayasan Tunas Karya Pastor W.H. Lambregts, SS.CC. dari Pangkalpinang.

SMP Yos Sudarso dibuka pada tahun ajaran 1981/1982 tanpa Kepala Sekolah dan guru tetap. Saat itu kepala sekolah dijabat oleh kepala SD Yos Sudarso Bapak Herman Yoseph Ngadiman dan beberapa guru. Beberapa hari setelah tahun ajaran, barulah datang dari IKIP Sanata Dharma Yogyakarta Bapak Yohanes Tri Haryanto dan langsung diangkat sebagai Kepala Sekolah SMP Yos Sudarso. Menyusul beberapa hari kemudian datang dari almamater yang sama seorang guru yaitu Bapak L.Prasetya. Dua orang inilah bahu membahu mengolah SMP Yos Sudarso.

Kerja keras dan perjuangan Gedung sederhana semi permanen berdinding papan, beratap seng dan sebagian beratap daun rumbia masih bergabung dengan SD Yos Sudarso. Lokal belajar yang digunakan adalah ruang doa di kapela (gereja kecil). Ruangan disekat menjadi beberapa lokal kelas. Dengan pembagian pagi hari untuk SD kelas 1,2,3 dan 6, sedangkan siangnya mulai jam 13.00 WIB SD kelas 4 dan 5 serta SMP kelas 1.

Sulit memang, tanpa pengalaman kepala sekolah harus meraba-raba dalam hal administrasi dan cara mengelolah sekolah yang baru saja didirikan. Dalam pembagian tugas mengajarpun mengalami kesulitan karena hanya 1 kepala sekolah dan 1 guru tetap dengan 12 mata pelajaran. Menyadari terbatasnya kemampuan maka beberapa guru SD Yos Sudarso diminta untuk membantu mengajar di SMP. Bagaimana dengan mata pelajaran Bahasa Inggris dimana kepala sekolah dan guru-guru yang ada tidak menguasai bahasa Inggris, maka diminilah bantuan seorang tokoh umat yang bekerja di perusahaan Asing, PT.Mc.Dermott Indonesia untuk mengajar Bahasa Inggris beliau adalah Bapak Gervas Odang. Beliau harus meninggalkan tempat pekerjaannya untuk mengajar dari pukul 16.00 – 17.30 dua kali dalam seminggu selama empat bulan lamanya.

Kantor Kepala Sekolah, guru SD dan SMP menyatu dalam sudut ruangan yang amat sempit. Sebagian guru duduk di kursi tanpa meja karena memang ruangan terlalu sempit.







Penetapan Batam sebagai daerah otorita, mengharuskan Batam ditata secara menyeluruh, terpadu, dan terencana. Central pemukiman penduduk di Sei Jodoh perlahan-lahan mulai dikembangkan kepemukiman baru ke daerah Bukit Nagoya dan daerah lainnya. Yayasan Tunas Karya sebagai pengelola pendidikan mendapatkan sebidang tanah seluas 11.500 Meter persegi di sebuah bukit berlereng. Di situlah mulai dibangun gedung permanen enam lokal untuk SD dan di atasnya empat lokal untuk SMP. Pada Bulan Januari 1982 SMP Yos Sudarso pindah dari Sei Jodoh ke gedung baru di lereng Bukit Nagoya.

Gedung baru semangat dan harapan baru. Tiga lokal sebagai ruang belajar dan satu lokal sebagai kantor kepala sekolah dan ruang guru. Proses belajar mengajar pagi hari. Setiap sore dilakukan penghijauan oleh Pak Tri Haryanto dan Pak L.Prasetya karena memang masih gundul dan rawan erosi. Keadaan sulit belum dapat teratasi karena minat orang tua masuk anaknya ke SMP Yos Sudarso masih rendah karena SMP swasta yang tadinya di Sekupang pindah ke Kampung Seraya yang lokasinya hanya dua ratus meter dari SMP Yos Sudarso, selain itu SMP swasta ini jauh lebih baik dari segala sisi, baik guru maupun fasilitasnya. Tidak heran tamatan dari SD Yos Sudarso banyak yang melanjutkan ke SMP ini. SMP Yos Sudarso menunggu sisa siswa yang tidak di terima dari SMP-SMP lain. Sungguh menyedihkan.

Pada tahun ke dua Yayasan menambah satu orang guru jurusan bahasa Inggris, yaitu Ibu Seraphine Usi Rahayu dan tahun ke tiga menambah dua orang guru lagi yaitu Bapak Y.Widiyoko dan Bapak Paulus Yudhisto Kristy. Meskipun sudah penambahan guru, kemudahan belum berpihak ke SMP Yos Sudarso karena izin operasional sebagai SMP tidak terdaftar. Usut punya usut ternyata Ketua Yayasan pengajuan izin operasionalnya kepada Bupati Kepala Daerah Kepulauan Riau di Tanjung Pinang yang mana seharusnya ditujukan ke Kanwil Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Propinsi Riau di Pekanbaru, sehingga izin operasional sekolah tidak pernah dikeluarkan apalagi diterima.

Lokasi 11.500 meter persegi yang semula dirasakan sangat lapang, maka sejak tahun 1990 sudah dirasakan sangat sesak karena penambahan ruang kelas baru, ditambah pembangunan gedung SMA Yos Sudarso di lokasi yang sama seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk Batam. Kepadatan siswa SD-SMP-SMA Yos Sudarso menyebabkan kemacetan lalu lintas yang luar biasa di Jalan Imam Bonjol Bukit Nagoya sebagai pusat perekonomian Batam. Rasa





kurang nyaman dan aman terusik sudah karena hanya ada satu pintu masuk dan keluar yang lokasi berada di tepi jalan raya. Melihat kondisi ini ada pengusaha nasional yang memiliki usaha di Batam bersedia melakukan kesepakatan tukar guling dengan pihak Yayasan Tunas Karya di daerah Bengkong. Maka di bentuklah team yang terdiri dari Pengurus Yayasan Tunas Karya Cabang Batam dengan tokoh-tokoh umat yang peduli dengan pendidikan sekolah Yos Sudarso. Namun karena suatu hal, kesepakatan kerja sama itu BATAL dan disetujui oleh kedua belah pihak serta disyahkan di depan Notaris Maria Anastasia Halim SH.

Pucuk dicinta Ulam tiba Karena batal dari perjanjian pertama, Pengurus Yayasan Tunas Karya Cabang Batam berupaya memohon sebidang tanah kepada Otorita Batam. Diluar dugaan beberapa bulan kemudian mendapat jawaban yang menggembirakan, bahwa Yayasan Tunas Karya mendapat lokasi baru seluas 4 hektar di Batam Centre. Serah terima surat ditandatangani oleh Ketua Otorita Batam Bapak B.J. Habiebie.

Perencanaan pembangunan sekolah dimulai dan dibentuk team yang diketuai oleh Bapak Ir.Fredy Tanoto. Lalu dibangunlah gedung TK Yos Sudarso, dilanjutkan membangun gedung SD Yos Sudarso. Pada Bulan Juni 2001 SMP Yos Sudarso yang terakhir kali meninggalkan lokasi yang banyak kenangan dari Bukit Nagoya pindah ke Batam Center dan untuk sementara menumpang di SD Yos Sudarso dan kegiatan belajar sore hari. Mengapa SMP Yos Sudarso buru-buru pindah dari Bukit Nagoya ke Batam Centre padahal gedung untuk SMP Yos Sudarso belum selesai dibangun ? Hal ini disebabkan karena lokasi di Bukit Nagoya telah terjual dan hasil penjualan tersebut untuk pembiayaan pembangunan gedung di Batam Centre. Kurang lebih 1,5 tahun, pucuk dicinta ulam tiba gedung SMP Yos Sudarso selesai dibangun dan bulan Januari 2003 menempati gedung baru dan sampai saat ini. Inilah perjalanan panjang SMP Yos Sudarso Batam. ([Http://tunaskarya.org/#blog](http://tunaskarya.org/#blog), 2023)





Sisw-siswi kegiatan bersama untuk mendokumentasikan kegiatan

## **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN**

### 1. Khalayak Sasaran

Peserta kegiatan ini adalah Para Gur-guru dan Siswa-siswi SMAK Yos Sudarso Kota Batam

Adapun yang menjadi instruktur dan narasumber dalam kegiatan ini adalah dosen Program Studi Manajemen Tata Hidangan Politeknik Parawisata Kota Batam.

### 2. Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut :

#### a. Pelatihan Materi dan Referensi

Penyuluhan diberikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab kepada peserta dan pemaparan bahan melalui power point presentasi yang memuat referensi terkait konsep penyuluhan dan referensi khusus tentang Sosialisasi dan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM. Para peserta diajak untuk berdiskusi mengenali tentang Sosialisasi dan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM, dan strategi untuk meningkatkan Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM bagi Para Guru-guru dan Siswa-siswi SMAK Yos Sudarso Kota Batam.

#### b. Prosedur kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini meliputi:

- a) Koordinasi dengan pihak Kepala Sekolah dan Guru-guru SMAK Yos Sudarso Kota Batam untuk seleksi peserta dan koordinasi terkait dengan penyusunan jadwal kegiatan dan lain-lain
- b) Persiapan kegiatan, diskusi terkait materi kegiatan yang dibicarakan bersama dengan pihak SMAK Yos Sudarso Kota Batam.

#### c. Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan program pengabdian pada masyarakat (PKM) ini. Secara garis besar faktor pendukung dan penghambat tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1) Faktor Pendukung





- a. Antusiasme dan minat peserta yang sangat tinggi dan komitmen waktu serta keterlibatan aktif sepanjang pelaksanaan.
  - b. Komitmen pihak Kepala Sekolah dan Guru-guru SMAK Yos Sudarso Kota Batam, asistensi dan dukungan dari *stakeholder* lainnya.
- 2) Faktor Penghambat
- a. Keterbatasan waktu untuk pelaksanaan kegiatan sehingga cakupan materi tidak dapat disampaikan secara detail.
  - b. Daya tangkap para peserta yang bervariasi, ada yang cepat namun juga ada yang lambat sehingga waktu yang digunakan kurang maksimal



Peserta dan Pengabdian DS foto bersama untuk mendokumentasikan kegiatan

## HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

### 1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pengabdian pada masyarakat merupakan salah satu bentuk dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang merupakan kewajiban dari dosen, selain pengajaran dan penelitian. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan kepada pihak Kepala Sekolah dan Guru-guru SMAK Yos Sudarso Kota Batam sehingga memiliki pengetahuan yang cukup tentang pentingnya Dasar Entrepreneurship di Era Digital, Dasar Entrepreneurship di Era Digital, serta strategi dan upaya untuk meningkatkan kesadaran Dasar Entrepreneurship di Era Digital bagi Siswa-siswi SMAK Yaos



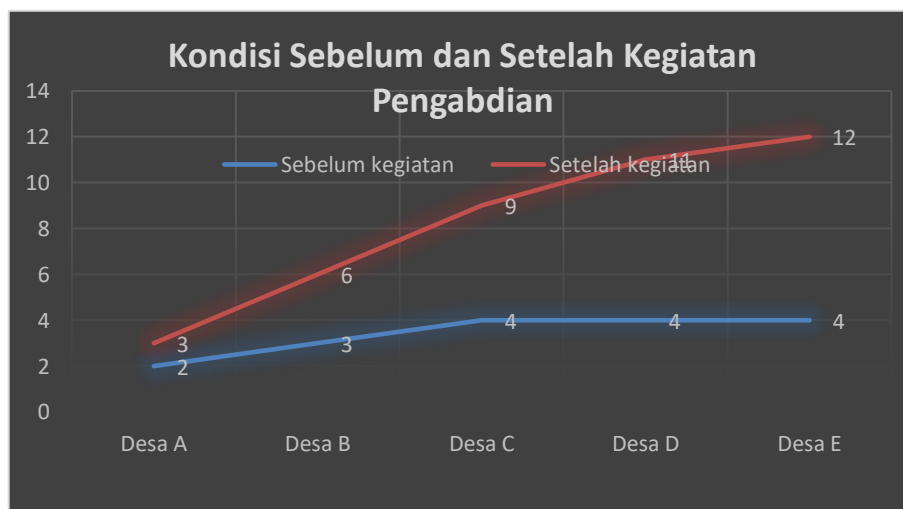
Sudarso Kota Batam. Sehingga dengan demikian akan meningkatkan tingkat kesadaran Siswa-siswi SMAK Yaos Sudarso Kota Batam tentang Dasar Entrepreneurship di Era Digital. Kegiatan ini dilaksanakan sehari yaitu pada hari Jumat, tanggal 03 Maret 2023 dari pukul 13.00-16.00.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan oleh 3 (tiga) orang tim pengabdian dari Politeknik Pariwisata Batam.

## 2. Pembahasan Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Hasil kegiatan PKM secara garis besar mencakup beberapa komponen sebagai berikut:

- Keberhasilan target jumlah peserta penyuluhan
- Ketercapaian tujuan penyuluhan
- Ketercapaian target materi yang telah direncanakan
- Kemampuan peserta dalam penguasaan materi

Target pencapaian dari segi jumlah peserta sebanyak 19 (*Sembilan belas*) peserta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta tercapai 100%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM dilihat dari jumlah peserta yang mengikuti dapat dikatakan berhasil/sukses. Ketercapaian tujuan secara umum sudah baik, namun keterbatasan waktu yang disediakan mengakibatkan tidak semua materi tentang stunting dapat disampaikan secara detail. Namun dilihat dari hasil penyuluhan para peserta yaitu kualitas pembelajaran yang telah dihasilkan, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini dapat tercapai. Ketercapaian target materi pada kegiatan PKM ini cukup baik, karena materi pendampingan telah dapat disampaikan secara keseluruhan.





Gambar 2 Grafik perbandingan

Tabel 1 Perbandingan Pengabdian A dan Pengabdian B

	Sebelum kegiatan	Setelah kegiatan
Desa A	2	3
Desa B	3	6
Desa C	4	9
Desa D	4	11
Desa E	4	12

## SIMPULAN

Sosialisasi dan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas generasi milenial terutama Siswa-Siswi SMAK Yos Sudarso Kota Batam, agar memiliki jiwa kewirausahaan dengan harapan kedepannya memiliki usaha sendiri sehingga dapat mengurangi pengangguran, kemiskinan dan membuka lapangan pekerjaan dengan memaksimalkan teknologi informasi saat ini. Sosialisasi dan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM juga dimaksudkan untuk membawa generasi milenial ke arah penggunaan teknologi secara positif dan menghasilkan keuntungan bagi dirinya dan orang lain. Ada beberapa usulan dan rekomendasi terkait dengan pengabdian yang telah dilaksanakan yaitu:

- a. Untuk mengurangi pengangguran, kemiskinan dan susahya mendapatkan pekerjaan maka dituntut generasi muda untuk membangun usaha yang dapat menghasilkan buat dirinya pribadi dan membuka lowongan pekerjaan untuk orang lain.
- b. Untuk mengembangkan minat yang kuat dalam berwirausaha dan terdorong untuk membuka usaha di era digital ini maka dilakukan pelatihan dan penyuluhan secara terus menerus baik dari instansi pemerintah terkait atau lembaga perguruan tinggi.
- c. Perlunya pengembangan pengetahuan dan skill sejak dini yaitu melalui kurikulum mata pelajaran kewirausahaan sejak di bangku sekolah sampai bangku kuliah.

## SARAN





1. Perlu adanya penyuluhan dan pelatihan lanjutan terkait Sosialisasi dan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM kepada Siswa-Siswai SMAK Yaos Sudarso Kota Batam agar bisa meningkatkan pemahaman dan pengetahuan Siswa-siswi SMAK Yaos Sudarso serta partisipasi dan dukungan Kepala Sekolah dan paa Guru-guru SMAK Yaos Sudarso terhadap perkembangan Wira Usaha yag ada Kota Batam khususnya Siswa-Siswai SMAK Yaos Sudarso Kota Batam yang berbatasan langsung dengan Negara luar akan dapat menjadi contoh bagai mana mengembang usaha melalui media digital.
2. Perhatian dan peran pemerintah beserta pihak sekolah Yos Sudarso Kota Batam semakin diharapkan agar dapat Sosialisasi dan Stimulasi Pembuatan Konten Digital Poduk UMKM kepada suluruh Siswa-siswi SMAK Yos Sudarso Kota Batam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A. (2020). Pelatihan Digital Entrepreneurship untuk Mewujudkan Generasi Milenial Berjiwa Wirausaha. *Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 3(1), 38–45. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- [Http://tunaskarya.org/#blog](http://tunaskarya.org/#blog). (2023). *SEJARAH SMP YOS SUDARSO BATAM*. 46(2), 55. <http://eprints.uanl.mx/5481/1/1020149995.PDF>
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 40–51. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4511>

