

## EDUKASI E-BISNIS KEPADA UMKM PEMULA KOTA BATAM

*E-Business Education for Beginner Micro, Small, and Medium  
Enterprises (MSMEs) in Batam City*

**Amirullah**

Universitas Ibnu Sina (UIS), Batam, Indonesia

e-mail: [amirullah@uis.ac.id](mailto:amirullah@uis.ac.id)

**Ita Fiani**

Universitas Ibnu Sina (UIS), Batam, Indonesia

e-mail: [Itafiani90@gmail.com](mailto:Itafiani90@gmail.com)

**Ice Irawati**

Universitas Ibnu Sina (UIS), Batam, Indonesia

e-mail: [ice.irawati@uis.ac.id](mailto:ice.irawati@uis.ac.id)

**Satriani**

Universitas Ibnu Sina (UIS), Batam, Indonesia

e-mail: [Satriani@gmail.com](mailto:Satriani@gmail.com)

### **Abstract**

Digital transformation has become a critical necessity for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to enhance competitiveness in the modern economic era. However, many beginner MSMEs in Batam City still face challenges in understanding and implementing e-business concepts as well as utilizing digital platforms for product marketing. This community service program aims to improve the digital knowledge and skills of beginner MSME actors through e-business education and practical workshops. The program was implemented in two stages: an online training session on August 16, 2025, followed by an offline workshop on September 1, 2025. A total of 20 participants, consisting of food and contemporary snack business owners, took part in the activities. Pre- and post-test evaluations indicated a significant improvement in participants' understanding of e-business concepts, the use of marketplaces and social media, and the creation of visual marketing content using Canva. The program successfully fostered positive changes in participants' attitudes and motivation to adopt digital marketing strategies in their businesses. Thus, this initiative contributes to strengthening the digital foundation of beginner MSMEs, enabling them to better face market competition and achieve business sustainability in the technology-driven economy.

**Keywords**— MSMEs, E-Business, Digital Transformation, Marketplace, Digital Marketing

## 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan di era ekonomi modern. Transformasi digital adalah langkah strategis yang sangat penting bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan di era ekonomi modern. Proses ini mencakup penerapan teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari operasional hingga pemasaran.

Transformasi digital telah menjadi tren global yang mengubah cara manusia menjalankan bisnis, pemerintahan, dan interaksi sosial. Di tingkat global, transformasi ini dipercepat oleh pandemi COVID-19, yang menekankan kebutuhan akan layanan daring, termasuk e-commerce, telemedicine, dan pembelajaran jarak jauh. Banyak UMKM mulai mengadopsi teknologi digital, seperti e-commerce dan digital marketing, untuk meningkatkan jangkauan pasar. Penelitian oleh Mardiana et al. (2024) menyoroti bahwa kecerdasan buatan dan digitalisasi memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi UMKM di era Revolusi Industri 4.0. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran vital dalam perekonomian Indonesia, menyumbang signifikan terhadap PDB nasional dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat. UMKM pemula sering kali dihadapkan pada tantangan seperti kurangnya akses permodalan, keterampilan digital, dan pengetahuan bisnis. Ada banyak peluang bagi UMKM untuk berkembang, terutama melalui digitalisasi dan inovasi. Teknologi seperti e-commerce, digital marketing, dan aplikasi manajemen keuangan mulai diadopsi oleh UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar. Pelatihan dan pendampingan seperti yang dilakukan di Bandar Lampung melalui aplikasi SIAPIK (Bank Indonesia) menunjukkan hasil positif dalam meningkatkan kemampuan digital pelaku usaha (Chaniago, 2022).

Namun, di Kota Batam, banyak UMKM pemula yang masih menghadapi berbagai tantangan dalam memahami dan menerapkan konsep e-bisnis. Minimnya pengetahuan ini menjadi salah satu hambatan utama yang mengurangi daya saing mereka di pasar yang semakin berbasis teknologi.

Hasil survei awal menunjukkan bahwa lebih dari 70% UMKM pemula di Batam belum memahami konsep dasar e-bisnis (Statista, 2023). Mereka menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk maupun manajemen usaha, sehingga operasional bisnis mereka belum optimal. Padahal, penerapan teknologi digital memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi dan membuka akses ke pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada UMKM pemula di Kota Batam. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Agar peserta dapat memahami konsep dasar e-bisnis secara komprehensif.
2. Agar peserta dapat menggunakan platform digital secara efektif untuk memasarkan produk mereka.
3. Agar peserta dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajemen usaha dengan dukungan teknologi.

Melalui serangkaian kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan intensif, diharapkan para pelaku UMKM pemula di Kota Batam mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Hal ini tidak hanya akan membantu mereka meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global, tetapi juga mendorong keberlanjutan usaha mereka di tengah dinamika ekonomi

modern. Dengan demikian, transformasi digital bukan lagi sekadar pilihan, melainkan jalan menuju kemajuan bagi UMKM di Batam.

## 2. METODE

Rangkaian Program Pendampingan untuk Meningkatkan Transformasi Digital UMKM Pemula

### 1. Edukasi Dasar E-Bisnis

Program dimulai dengan memberikan pelatihan dasar tentang konsep e-bisnis. Materi yang disampaikan meliputi definisi e-bisnis, berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari penerapannya, serta langkah-langkah awal yang perlu dilakukan untuk mengintegrasikan bisnis ke dalam ekosistem digital. Edukasi ini bertujuan untuk membangun pemahaman yang kuat dan membekali peserta dengan pengetahuan dasar sebagai fondasi menuju transformasi digital.

### 2. Workshop Penggunaan Platform Digital

Dalam sesi ini, peserta akan mengikuti pelatihan intensif yang berfokus pada penggunaan berbagai platform digital yang relevan, seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi manajemen usaha. Pelatihan ini tidak hanya mencakup teori, tetapi juga praktik langsung untuk memastikan peserta mampu mengoperasikan platform tersebut dengan percaya diri, baik untuk pemasaran produk maupun pengelolaan operasional usaha secara efisien.

### 3. Pendampingan Intensif

Sebagai bentuk dukungan lanjutan, program ini menyediakan pendampingan intensif selama enam bulan. Pendampingan ini bertujuan untuk memantau, membimbing, dan membantu peserta dalam menerapkan materi yang telah diajarkan secara konsisten dalam aktivitas bisnis mereka. Dengan pendekatan ini, UMKM dapat menghadapi tantangan penerapan secara bertahap dan mendapatkan solusi langsung untuk kendala yang mereka temui di lapangan.

### 4. Bimbingan Penyusunan Strategi Digital

Untuk memastikan keberlanjutan transformasi digital, peserta akan dibantu dalam menyusun strategi pemasaran berbasis teknologi yang sesuai dengan karakteristik produk mereka dan kebutuhan pasar sasaran. Melalui bimbingan ini, UMKM akan memiliki rencana kerja yang terarah, mulai dari penentuan target pasar, pemilihan kanal digital yang tepat, hingga pengukuran efektivitas strategi yang diterapkan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "*Edukasi E-Bisnis kepada UMKM Pemula Kota Batam*" telah terlaksana sesuai rencana dalam dua tahapan pelaksanaan, yakni secara daring (online) dan luring (offline), serta mendapatkan antusiasme positif dari para peserta. Peserta kegiatan berjumlah 20 orang, seluruhnya merupakan pelaku UMKM pemula yang bergerak pada bidang usaha makanan dan jajanan kekinian di wilayah Kota Batam.

Berikut adalah uraian capaian dari masing-masing tahapan kegiatan.

1. Tahap 1: Pelatihan Daring

Hari/Tanggal : Sabtu, 16 Agustus 2025

Waktu : 14.00–16.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

Sesi daring ini menjadi gerbang pembuka yang mempertemukan tim pelaksana dengan para pelaku UMKM pemula. Materi yang disampaikan berfokus pada:

- a. Pengenalan konsep dasar e-bisnis
- b. Pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan daya saing
- c. Pengenalan platform marketplace dan media sosial sebagai strategi pemasaran

Para peserta tampak antusias mengikuti diskusi interaktif mengenai tantangan pemasaran digital dan peluang yang dapat diraih melalui pemanfaatan teknologi informasi. Di akhir sesi dilakukan pre-test untuk mengukur pemahaman dasar sebelum mengikuti sesi lanjutan.



**Gambar 1.** Pelatihan E marketing secara Online

2. Tahap 2: Pelatihan Luring

Hari/Tanggal : Senin, 1 September 2025

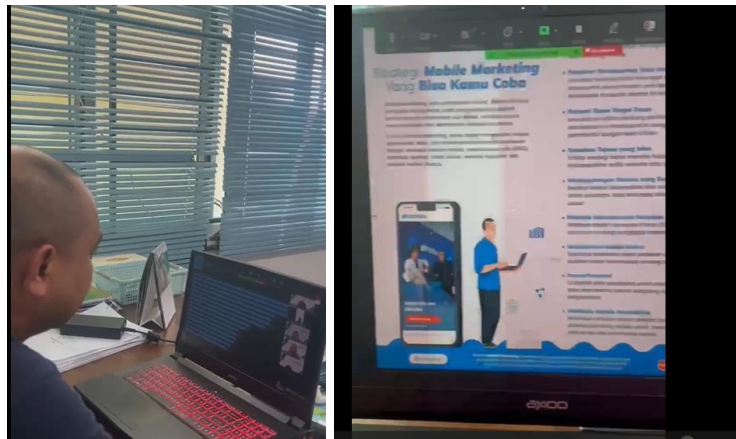
Waktu : 14.00–16.00 WIB

Tempat : Ruang Kelas Universitas Ibnu Sina Batam

Pelatihan ini dikemas dalam bentuk workshop praktis sehingga peserta dapat menerapkan langsung pengetahuan yang telah diberikan pada pertemuan sebelumnya. Adapun aktivitas utama yang dilakukan mencakup:

- a. Pembuatan akun marketplace/optimasi akun yang sudah ada
- b. Pembuatan konten promosi menggunakan Canva
- c. Praktik merancang strategi pemasaran digital sesuai karakteristik produk

Pada tahap ini juga dilakukan post-test dan bimbingan personal terkait strategi branding dan penentuan target pasar



**Gambar 2.** Pelatihan E marketing secara Offline

Pelaksanaan kegiatan Edukasi E-Bisnis kepada UMKM Pemula Kota Batam menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital memiliki dampak signifikan terhadap kesiapan pelaku usaha dalam melakukan transformasi ke arah bisnis digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Laudon dan Traver (2020) yang menyatakan bahwa e-bisnis mampu memperluas peluang pasar, meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan nilai tambah melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Keberhasilan peserta dalam membuat konten pemasaran digital dan mengoptimalkan pemanfaatan marketplace menunjukkan bahwa literasi pemasaran digital merupakan salah satu kunci utama bagi keberhasilan UMKM di era ekonomi modern. Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa pemasaran digital memberi peluang untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan melalui strategi komunikasi yang lebih efektif dan terukur.

Peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan juga mendukung temuan Mardiana et al. (2024), bahwa adopsi teknologi dan kecerdasan digital dalam UMKM mampu meningkatkan produktivitas, efisiensi proses bisnis dan jangkauan pasar yang lebih luas. Dalam konteks pelaku UMKM pemula di Kota Batam, pemanfaatan media sosial dan marketplace menjadi jembatan penting untuk menembus persaingan bisnis yang semakin ketat.

Selain itu, kemampuan peserta dalam membuat konten visual menggunakan Canva membuktikan bahwa pelaku UMKM dapat beradaptasi dengan teknologi yang sederhana, user-friendly dan tetap memberikan nilai pemasaran yang kuat. Studi Dewi et al. (2022) dalam literatur terkait pemasaran visual juga menemukan bahwa desain konten yang menarik dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan, memperkuat brand awareness dan mendorong pertumbuhan penjualan.

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis, tetapi juga menggugah mindset pelaku UMKM mengenai urgensi digitalisasi usaha. Hal ini relevan dengan Caniago dan Siregar (2022) yang menyatakan bahwa pendampingan dan pelatihan digital bagi UMKM berperan penting dalam memperkuat ketahanan usaha di tengah dinamika ekonomi modern.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian terbaru yang menegaskan bahwa literasi digital berperan sebagai katalis utama dalam transformasi digital UMKM. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa literasi digital yang tinggi meningkatkan kemampuan adaptasi bisnis terhadap perubahan perilaku konsumen digital dan mempercepat transformasi e-bisnis (Raharjo & Afrianty, 2024). Penelitian lain menemukan bahwa literasi digital manajer berpengaruh signifikan terhadap

penggunaan teknologi digital dalam usaha kecil dan menengah (Zahoor et al., 2023), serta literasi digital pimpinan menjadi faktor kunci keberhasilan digitalisasi bisnis di Indonesia (Destrian, 2024).

Selain itu, literasi digital yang baik juga berkontribusi terhadap peningkatan formalitas usaha dan akses ke pembiayaan formal (Sekarranti, 2025). Sinergi antara literasi digital, kemampuan inovasi, dan transformasi digital terbukti memperkuat daya saing dan kinerja ekonomi UMKM (Firmansyah et al., 2024). Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa edukasi e-bisnis memberikan kontribusi nyata dalam memfasilitasi percepatan transformasi digital UMKM pemula di Batam. Kesiapan untuk masuk ke ekosistem digital bukan lagi sekadar potensi, melainkan telah menjadi kompetensi baru yang mulai tumbuh sebagai fondasi keberlanjutan usaha mereka.

#### **4. KESIMPULAN**

Program Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema “Edukasi E-Bisnis kepada UMKM Pemula Kota Batam” yang dilaksanakan dalam dua tahapan, yaitu pelatihan daring pada 16 Agustus 2025 dan workshop luring pada 1 September 2025, telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang direncanakan.

Para pelaku UMKM pemula yang berjumlah 20 orang memperoleh peningkatan nyata dalam pemahaman konsep e-bisnis, kemampuan memanfaatkan platform digital seperti marketplace dan media sosial, serta keterampilan menciptakan konten pemasaran yang lebih menarik dan relevan.

Program ini berhasil menumbuhkan motivasi dan keberanian para pelaku usaha untuk memasuki pasar digital. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam mendukung transformasi digital UMKM Kota Batam guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era ekonomi digital yang kompetitif.

#### **5. SARAN**

Untuk menjaga keberlanjutan dampak kegiatan, disarankan agar dilakukan pendampingan lanjutan secara berkala kepada para pelaku UMKM pemula, khususnya dalam penerapan strategi digital yang telah diberikan, serta memperkuat kolaborasi dengan pemerintah daerah, komunitas bisnis dan platform digital. Selain itu, peningkatan kapasitas pada aspek pemasaran berbasis data, keamanan transaksi dan manajemen usaha digital perlu terus difasilitasi sehingga UMKM dapat berkembang lebih optimal dan kompetitif di era ekonomi digital.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Mitra UMKM pemula yang menjadi mitra sasaran dalam kegiatan ini serta kepada universitas ibnu sina karena telah memberikan dukungan pendanaan melalui hibah internal untuk melakukan kegiatan Pengabdian ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Caniago, R., & Siregar, E. (2022). Pendampingan digital untuk ketahanan UMKM di era ekonomi modern.
- Dewi, P. S., Santosa, A., & Hidayat, R. (2022). Visual marketing content design and customer engagement.



- 
- Destrian, O. (2024). The influence of CEO's digital literacy on the digital transformation of SMEs in Indonesia. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. Tautan
- Firmansyah, D., Ahman, E., & Wahdiniwaty, R. (2024). Economic competitiveness of SMEs: Digital literacy, the mediating role of digital transformation and innovation capability. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*. Tautan
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-commerce: Business, Technology, Society*. Pearson.
- Mardiana, D., et al. (2024). Digital adoption and productivity improvement in SMEs.
- Raharjo, A., & Afrianty, D. (2024). Digital literacy and business transformation: Social-cognitive learning perspectives in small business enterprises. *Cogent Business & Management*. Tautan
- Sekarranti, P. (2025). Impact of digital literacy on informality of MSMEs. *Jurnal Ekonomi dan Statistik Indonesia*. Tautan
- Zahoor, N., Zopiaty, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*.

