

Pelatihan Inovatif Berbasis Teknologi Tepat Guna dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Produksi serta Keberlanjutan UMKM Olahan Ikan Linda Food di Sulawesi Utara

Maya Munaiseche¹, Betsi Rooroh², Veny Ponggawa³

^{1,2,3}, *Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Manado*

Email : mayamunaiseche@polimdo.ac.id

Abstrak

UMKM Linda Food adalah usaha mikro yang bergerak dalam pengolahan ikan di Kota Manado dan telah memberikan sumbangan berarti bagi perekonomian daerah sejak tahun 2016. Walaupun telah menunjukkan kemajuan dalam hal legalitas, variasi produk, dan kapasitas produksi, Linda Food masih menghadapi tantangan seperti alat yang terbatas, rendahnya penggunaan teknologi digital, serta strategi pemasaran yang belum maksimal. Program Pengabdian Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran Linda Food dengan cara menyediakan peralatan produksi, memberikan pelatihan dalam digital marketing, dan melakukan pendampingan yang berkelanjutan. Kegiatan ini sejalan dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), Indikator Kinerja Utama (IKU), serta Asta Cita pemerintah dalam memperkuat daya saing UMKM. Harapan dari program ini meliputi peningkatan kapasitas produksi sebesar 40-60%, peningkatan kemampuan digital tenaga kerja, perluasan akses pasar melalui platform e-commerce, serta kontribusi terhadap pembukaan lapangan kerja. Dengan demikian, program ini memainkan peran penting dalam memperkuat keberlanjutan UMKM yang dipimpin perempuan berbasis lokal dan meningkatkan posisi mereka di pasar nasional maupun internasional.

Kata Kunci: UMKM, pengolahan ikan, Linda Food, pemberdayaan masyarakat, digital marketing, pemasaran online, produksi, PKM, SDGs

1. PENDAHULUAN

Pada umumnya masalah umum yang dihadapi masyarakat di Indonesia adalah ekonomi.¹ Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu unsur kunci dalam perekonomian Indonesia, terutama di Provinsi Sulawesi Utara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap lebih dari 90% tenaga kerja.² Dengan demikian maka sangatlah penting bagi pemerintah Indonesia untuk memperhatikan sektor

UMKM menjadi lebih kuat sehingga mereka dapat bersaing dengan UMKM di negara lain yang sudah memasuki era MEA.³

Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh

UMKM adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital.⁴ Contoh UMKM yang tumbuh di Kota Manado adalah Linda Food, sebuah usaha mikro yang berfokus pada pengolahan ikan dan makanan lokal. Sejak didirikan pada tahun 2016, Linda Food telah menjadi pendorong ekonomi masyarakat, terutama untuk

¹ Silviana Simbolon et al., "PEMANFAATAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA UNTUK PENINGKATAN PRODUKSI DAN KESEJAHTERAAN UMKM DI TANGERANG SELATAN," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2021).

² M. Mashudi Azrullah, "PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN, TEKNOLOGI INFORMASI, DAN JARINGAN USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN UMKM DI KOTA BANGIL," *Jurnal Transparan* 17, no. 1 (2025).

³ Joni Hendra et al., "Peran Teknologi Tepat Guna Dalam Peningkatan Produktivitas Dan Keberlanjutan Usaha Bagi Kelompok Umk Keripik Tumbaso Di Probolinggo," *Jurnal Abdi Panca Marga* 5, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v5i2.2186>.

⁴ Fitria Herlina et al., "Transformasi Pemasaran UMKM Dengan Digital Marketing: Solusi Pemasaran Di Era Modern Di Kecamatan Bojongsari," *Abdimisi* 6, no. 1 (2024).

memberdayakan perempuan dan warga berpenghasilan rendah. Kontribusi ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat, tetapi juga menciptakan peluang bagi produk lokal untuk menembus pasar nasional maupun internasional.

Namun, Linda Food masih menghadapi beberapa tantangan utama. Dalam hal produksi, keterbatasan alat mengakibatkan kapasitas produksi tidak dapat memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Di samping itu, sumber daya manusia yang ada masih kurang terampil dalam mengelola pemasaran daring dan memanfaatkan teknologi digital. Bagi UMKM, inovasi berkelanjutan menjadi kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan meningkatkan daya saing di pasar (Mathew & Thomas, 2018).⁵ Tren adopsi teknologi digital dalam sektor UMKM semakin meningkat, terutama di era digitalisasi saat ini.⁶

Jika masalah ini tidak segera diselesaikan, maka kompetisi Linda Food di pasar yang semakin kompetitif akan terhambat. Oleh karena itu, solusi yang komprehensif dibutuhkan, meliputi penambahan alat produksi, pelatihan dalam teknologi digital, serta bimbingan dalam strategi pemasaran berbasis e-commerce. Penelitian (Fahdia et al., 2022) menjelaskan bahwa Kementerian Koperasi dan UMKM menyatakan

bahwa penggunaan pemasaran digital dalam pemasaran produk, barang maupun jasa telah terbukti mampu meningkatkan pendapatan UMKM hingga 26%.⁷ Strategi pemasaran digital berimplikasi pada keunggulan bersaing UKM dalam memasarkan produknya sebesar 78% (Wardhana, 2015), bahkan bisa meningkatkan penjualan sampai 100% (Pradiani, 2018).⁸ Program ini sejalan dengan kebijakan pemerintah untuk mencapai SDGs (pengentasan kemiskinan, kesetaraan gender, pekerjaan layak, dan inovasi), mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) pendidikan tinggi, serta berkontribusi terhadap Asta Cita dalam penguatan UMKM berteknologi.

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, pelatihan, pendampingan, serta implementasi teknologi tepat guna dan digital marketing diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap efisiensi produksi dan peningkatan pemasaran (Budiarti et al., 2024).⁹ Selanjutnya, Linda Food diharapkan menjadi contoh UMKM perempuan yang mandiri dan mampu berkompetisi di pasar global melalui inovasi produk dan pemanfaatan teknologi digital.

TUJUAN

1. Untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM Linda Food

⁵ Budi Purnomo Saputro et al., "Peningkatan Daya Saing UMKM Home Business Camp Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna Dan Inovasi Berkelanjutan," *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 5 (2024): 424–32, <https://doi.org/10.59395/altifani.v4i5.583>.

⁶ M. Masrukhan and Riska Khajiyah Isnaini, "Optimalisasi Teknologi Dan Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta," *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1630>.

⁷ Luthfia Fazra El Ghifari and Moh Supendi, "Penerapan Strategi Digital Marketing Pada

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Café," *Jurnal Niara* 16, no. 3 (2024): 504–12.

⁸ Ira Promasanti Rachmadewi et al., "Analisis Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Usaha Kecil Menengah," *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya* 7, no. 2 (2021): 121–28, <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3968>.

⁹ Muhamad Azrino Gustalika, Riri Irma Suryani, and Novian Adi Prasetyo, "Penerapan Teknologi Tepat Guna Dan Digital Marketing Pada UMKM," *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 8, no. 1 (2024): 97–109, <https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i1.22542>.

menyediakan peralatan penunjang yang lebih modern dan efisien.

2. Mengembangkan keterampilan digital dan pemasaran online bagi sumber daya manusia Linda Food agar mampu memanfaatkan teknologi dalam promosi dan distribusi produk.

3. Memperluas jangkauan pasar, produk olahan ikan Linda Food dari lingkup lokal menuju pasar nasional bahkan global melalui integrasi e-commerce.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian/pendekatan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif (partisipasi aktif mitra dalam setiap tahapan) dengan kombinasi pelatihan, pendampingan, pengadaan teknologi, dan evaluasi untuk mengatasi permasalahan produksi serta pemasaran UMKM.

1. Sosialisasi

- Pengenalan program kepada mitra UMKM Linda Food.
- Menjelaskan tujuan, manfaat, serta bentuk kegiatan yang akan dilakukan.

2. Pelatihan

Pelatihan adalah sebuah kegiatan yang bertujuan untuk membuat pegawai lebih terampil serta lebih produktif (Herwina, 2021).¹⁰ Diantaranya :

- Pelatihan teknologi digital marketing, e-commerce, serta keterampilan pengelolaan usaha.
- Peningkatan kapasitas SDM dalam produksi dan pemasaran.

3. Penerapan Teknologi

- Pengadaan peralatan produksi (misalnya oven pengering dan deep fryer elektrik) untuk meningkatkan kapasitas produksi.
- Implementasi website pemasaran terintegrasi dengan e-commerce.

4. Pendampingan dan Evaluasi

- Pendampingan berkelanjutan kepada mitra dalam penggunaan peralatan dan platform digital.
- Monitoring capaian, evaluasi efektivitas program, serta perbaikan strategi bila diperlukan.

5. Keberlanjutan Program

- Pengembangan rencana jangka panjang agar UMKM Linda Food tetap berdaya setelah program selesai.
- Menjamin adanya kemandirian mitra dalam memanfaatkan hasil program (produksi dan pemasaran digital).

DAMPAK YANG DIHARAPKAN

UMKM Perempuan Mandiri Linda Food, yang beroperasi di bidang pengolahan ikan, memberikan dampak ekonomi yang baik untuk masyarakat setempat. Inisiatif ini berperan dalam menciptakan pekerjaan baru, sehingga membantu menurunkan jumlah pengangguran di lingkungan sekitar. Penggunaan teknologi terbaru dalam proses produksi memungkinkan UMKM seperti Linda Food untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus tumbuh. Kegiatan pelatihan yang diadakan oleh berbagai organisasi juga berkontribusi pada perbaikan mutu produk, sehingga UMKM ini bisa bersaing di pasar lokal dan nasional.



¹⁰ Muhammad Ramdhan, "Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Kemampuan Memanfaatkan Teknologi, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Produktivitas Pelaku UMKM Di Wilayah Situ



MEKANISME IMPLEMENTASI

Pelaksanaan program ini melibatkan kerjasama yang aktif antara tim pengabdian dari Politeknik Negeri Manado, UMKM Linda Food, dan dukungan dari pemerintah daerah serta mitra terkait. Langkah-langkah pelaksanaan dirancang dengan rapi agar dapat menanggapi masalah utama, yaitu keterbatasan dalam kapasitas produksi, rendahnya kemampuan digital, dan kekurangan dalam pemasaran produk.

Pertama, dilakukan sosialisasi dan koordinasi awal dengan mitra untuk memastikan semua pihak memahami tujuan, manfaat, dan jenis kegiatan yang akan dilaksanakan. Kemudian, program berlanjut dengan pelatihan keterampilan pemasaran digital, pengelolaan e-commerce, dan manajemen usaha yang melibatkan dosen, mahasiswa, serta para ahli dari bidang informatika dan kewirausahaan.

Pada tahap selanjutnya, dilakukan pengadaan serta penggunaan peralatan produksi, seperti oven pengering dan penggorengan elektrik, untuk meningkatkan kapasitas produksi UMKM. Penerapan teknologi digital berupa website pemasaran yang terintegrasi dengan e-commerce juga diperkenalkan untuk memperluas akses pasar produk olahan ikan dari Linda Food.

Di samping itu, dilakukan pendampingan secara intensif dan pengawasan rutin untuk memastikan kemampuan mitra dalam mengoperasikan teknologi, mengelola

usaha dengan profesional, serta menyesuaikan strategi bisnis sesuai dengan perkembangan pasar. Pemerintah daerah didorong untuk memberikan dukungan dalam bentuk regulasi dan akses pembiayaan, sementara sektor swasta memiliki peran dalam membuka jaringan distribusi dan peluang ekspor.



3. PENUTUP

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada komunitas bersamaan dengan UMKM Linda Food menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperkuat pemasaran digital, diperlukan kerja sama dari berbagai sektor. Melalui langkah-langkah sosialisasi, pelatihan, penyediaan alat, penerapan teknologi, serta pendampingan yang berkelanjutan, mitra tidak hanya mendapatkan dukungan teknis, tetapi juga strategi manajerial yang bermanfaat untuk mengembangkan usaha mereka.

4. DAFTAR PUSTAKA

1. Azrullah, M. Mashudi. "PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN, TEKNOLOGI INFORMASI, DAN JARINGAN USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN UMKM DI KOTA BANGIL." *Jurnal Transparan* 17, no. 1 (2025).
2. Fitria Herlina, Irenne Putrenb, Sultan Maulana Hakimc, Rika Noraritat, and Uus Nursyamsu. "Transformasi Pemasaran UMKM Dengan Digital Marketing: Solusi Pemasaran Di Era Modern Di Kecamatan Bojongsari." *Abdimisi* 6, no. 1 (2024).
3. Ghifari, Luthfia Fazra El, and Moh Supendi. "Penerapan Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Waken Café." *Jurnal Niara* 16, no. 3 (2024): 504–12.
4. Gustalika, Muhamad Azrino, Riri Irma Suryani, and Novian Adi Prasetyo. "Penerapan Teknologi Tepat Guna Dan Digital Marketing Pada UMKM." *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 8, no. 1 (2024): 97–109.
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i1.22542>.
5. Hendra, Joni, Linda Kurnia Supratiningsih, Lukman Hakim, Nayla Avrylina, and Muhammad Al Gholi. "Peran Teknologi Tepat Guna Dalam Peningkatan Produktivitas Dan Keberlanjutan Usaha Bagi Kelompok Umk Keripik Tumbaso Di Probolinggo." *Jurnal Abdi Panca Marga* 5, no. 2 (2024).
<https://doi.org/10.51747/abdipanca.marga.v5i2.2186>.
6. Ira Promasanti Rachmadewi, Auliya Firdaus, Qurtubi, Wahyudhi Sutrisno, and Chancard Basumerda. "Analisis Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Usaha Kecil Menengah." *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya* 7, no. 2 (2021): 121–28.
<https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3968>.
7. M. Masrukhan, and Riska Khajiyah Isnaini. "Optimalisasi Teknologi Dan Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Bakpia Wong Yogyakarta." *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2025).
<https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i1.1630>.
8. Ramdhan, Muhammad. "Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Kemampuan Memanfaatkan Teknologi, Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Produktivitas Pelaku UMKM Di Wilayah Situ Panjalu Ciamis." *Jurnal ASIK: Jurnal Administrasi, Bisnis, Ilmu Manajemen & Kependidikan* 1, no. 1 (2023).
<https://doi.org/10.59639/asik.v1i1.9>.
9. Saputro, Budi Purnomo, Asri Sekar Mawar Firdausi, Hafidh Rifky Adiyatna, Nina Fapari Arif, and Shely Rizki Hardiana. "Peningkatan Daya Saing UMKM Home Business Camp Melalui Penerapan Teknologi Tepat Guna Dan Inovasi Berkelanjutan." *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 5 (2024): 424–32.
<https://doi.org/10.59395/altifani.v4i5.583>.
10. Simbolon, Silviana, Fifit Astuti, Yohan, Adimas Wicaksana, and Achmad Soehada Maulana Sebayang. "PEMANFAATAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA UNTUK PENINGKATAN PRODUKSI DAN KESEJAHTERAAN UMKM DI TANGERANG SELATAN." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2021).

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada lembaga /instansi atau perorangan yang membiayai kegiatan pengabdian.