

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA TOKO DWI UTAMA

Muhammad Taufik¹, Viviana², Andryanto³, Novi Aprillia⁴, Vivi⁵, Vladimir Lim⁶

Universitas Internasional Batam

Email: m.taufik@uib.ac.id¹, 2042070.viviana@uib.edu², 2041156.andryanto@uib.edu³,
2041112.novi@uib.edu⁴, 2051090.vivi@uib.edu⁵, 2031032.vladimir@uib.edu⁶

Abstrak

Berdasarkan hasil analisa kami terhadap permasalahan yang ada pada toko Dwi Utama adalah penurunan performa penjualan dan belum dapat mempromosikan dan menunjukkan eksistensi sebagai salah satu toko bangunan yang berdiri di Kota Batam. Merujuk pada perkembangan penggunaan informasi teknologi di era digital sekarang ini, dimana masyarakat sudah dapat berbelanja kebutuhannya melalui media online. Oleh karena itu, tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah kami bersama dengan mitra memanfaatkan penggunaan informasi teknologi, sehingga toko Dwi Utama berpotensi meningkatkan performa penjualan yang sempat turun akibat pandemi Covid-19 dan menunjukkan eksistensi keberadaannya agar lebih dikenal oleh masyarakat kota Batam. Dalam melaksanakan implementasi yang bertujuan untuk membantu toko Dwi Utama, metodologi yang digunakan yaitu dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kontribusi dari hasil implementasi ini telah membantu mitra untuk meningkatkan penjualan bahan dan alat bangunan sebesar 61,98%, mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi jual-beli, dan menunjukkan eksistensi toko Dwi Utama kepada masyarakat kota Batam.

Kata Kunci: *Toko Dwi Utama, Teknologi, Implementasi.*

Abstract

Based on the results of our analysis of the problems that exist in the Dwi Utama store is a decrease in sales performance and has not been able to promote and show its existence as one of the building stores that stands in Batam City. Referring to the development of the use of information technology in today's digital era, where people can shop for their needs through online media. Therefore, the purpose of carrying out this activity is that we together with partners take advantage of the use of information technology, so that the Dwi Utama store has the potential to improve sales performance which had dropped due to the Covid-19 pandemic and show its existence so that it is better known by the people of Batam city. In carrying out the implementation that aims to help Dwi Utama stores, the methodology used is interviews, observations, and documentation. The contribution from this implementation has helped partners to increase sales of building materials and tools by 61.98%, made it easier for the public to make buying and selling transactions, and demonstrated the existence of the Dwi Utama store to the people of Batam city.

Keywords: *Dwi Utama Store, Technology, Implementation*

Pendahuluan

Sejak bulan Maret 2020, pandemi Covid-19 memberikan ancaman yang sangat besar terhadap

ekonomi Indonesia (Yamali & Putri, 2020). Ditengah terjadinya krisis ekonomi dunia yang membuat kondisi perkonomian masyarakat

menjadi lebih sulit, kita sebagai bangsa Indonesia juga ikut merasakan pertumbuhan ekonomi yang lebih berat dimana hal ini disebabkan kita sedang menghadapi sebuah fenomena yang kita kenal sebagai pandemi Covid-19 (Wibowo et al., 2020). Thaha (2020) menyampaikan bahwa dampak pandemi Covid-19 terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat berpengaruh terhadap ekonomi Indonesia dimana kontribusi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap ekonomi Indonesia sangat besar di segala bidang. Sesuai dengan tema Society emPOWERment progRAM (SePORA) tahun 2021 yaitu “*Sustainable community empowerment program for development recovery during the Covid-19 Pandemic*” yang akan membantu mitra/masyarakat mencari solusi atas masalah-masalah yang sedang dihadapi dalam kondisi pandemi Covid-19. Maka dari itu, kami ikut berpartisipasi dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) untuk membantu toko Dwi Utama menyelesaikan masalah-masalah yang sedang mereka hadapi.

Toko Dwi Utama merupakan toko yang berdiri sejak tahun 1999 dimana telah beroperasi selama 22 tahun hingga saat ini. Toko Dwi Utama terletak di Jl. Bengkong Indah II F No.02, Bengkong Indah, Kec. Bengkong, Kota Batam, Kepulauan Riau. Toko Dwi Utama memiliki karyawan yang berjumlah lima orang dimana *core business*-nya menjual berbagai macam bahan bangunan dan alat listrik seperti semen, lampu, kabel, seng, dan lainnya yang berhubungan dengan bahan dan alat bangunan. Toko Dwi Utama beroperasi pada hari

senin sampai sabtu buka dari pukul 08.00 WIB sampai 17.00 WIB, hari minggu buka dari pukul 08.00 WIB sampai 12.00 WIB dan tutup hanya pada liburan nasional. Penjualan bahan dan alat bangunan masih dilakukan dengan cara tradisional dimana pembeli melakukan transaksinya melalui tatapan muka secara langsung. Selain itu, promosi juga belum dilaksanakan secara luas kepada masyarakat kota Batam.

Toko bangunan yang terletak di kota Batam bukan hanya satu, tetapi ada puluhan bahkan ratusan toko bangunan (Sihombing, 2020). Salah satu toko bangunan yang ada di kota Batam yaitu toko Dwi Utama. Dengan berdirinya toko bangunan lainnya yang berada di kota Batam menyebabkan terjadinya saingan antar toko bangunan. Berdasarkan hasil analisa kami terhadap toko Dwi Utama, kami menemukan ada beberapa masalah yang muncul. Pertama, toko Dwi Utama belum melakukan promosi dan menunjukkan eksistensi sebagai salah satu toko bangunan yang berdiri di kota Batam. Kedua, toko Dwi Utama mengalami penurunan performa penjualan selama pandemi Covid-19.

Merujuk pada perkembangan penggunaan informasi teknologi di era digital sekarang ini, dimana masyarakat sudah dapat berbelanja kebutuhan tanpa harus mengunjungi toko fisik dan dapat langsung diantar sampai lokasi yang telah ditentukan oleh pembeli. Oleh karena itu, tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah kami bersama dengan mitra memanfaatkan penggunaan informasi teknologi, sehingga toko Dwi Utama berpotensi meningkatkan performa penjualan yang sempat turun akibat pandemi Covid-19 dan menunjukkan eksistensi

keberadaannya agar lebih dikenal oleh masyarakat kota Batam. Kontribusi dari kegiatan ini akan membantu mitra untuk meningkatkan penjualan, mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi jual-beli, dan menunjukkan eksistensi toko Dwi Utama kepada masyarakat kota Batam.

Metode

Dalam melaksanakan implementasi yang bertujuan untuk membantu toko Dwi Utama, metodologi yang digunakan yaitu dengan cara memanfaatkan teknologi. Seperti contohnya dengan bantuan pembuatan brosur secara digital, membuat *company profile* dalam bentuk *softcopy*, membuat media sosial seperti *Facebook*, membuat *website*, dan membuat catatan penjualan harian melalui *Microsoft Excel* sebagai solusi untuk menyelesaikan keterbelakangan terhadap teknologi yang terjadi di toko Dwi Utama. Tetapi sebelum melaksanakan implementasi tersebut, terdapat beberapa teknik pengumpulan data untuk mencari dan menganalisis masalah yang telah dialami oleh toko Dwi Utama (Effendy & Sunarsi, 2020), yaitu :

1) Wawancara

Proses ini bertujuan untuk mendapatkan data-data penting, dengan dilakukan wawancara dengan pemilik toko Dwi Utama.

2) Observasi

Setelah melakukan pengamatan secara langsung dengan mengunjungi toko Dwi Utama untuk mengamati dan menganalisis alat dan bahan bangunan yang telah dijual yang bertujuan untuk mempermudah proses

pembuatan *Company Profile*, brosur, *website*, dan katalog.

3) Dokumentasi

Memiliki dokumen yang berhubungan dengan pencatatan penjualan harian yang telah dicatat. Hal ini bertujuan untuk mempermudah kami dan mitra dalam menyimpan data penjualan secara terperinci melalui *Microsoft Excel*. Berdasarkan dokumen ini, tim pelaksana dapat melakukan perbandingan atas sumber pendapatan yang dilakukan dengan penjualan secara *online* dengan transaksi jual-beli secara tatap muka.

Proses perancangan luaran yang telah kami rancang dalam rangka membantu pemilik toko Dwi Utama dalam mengatasi berbagai macam kendala yang telah ditemukan, sebagai berikut :

1) Tahap awal yaitu dengan mencari tempat UMKM yang belum mendapatkan bantuan dan belum menggunakan sistem teknologi yang luas untuk melakukan proses pemasarannya. Alasan penulis memilih toko Dwi Utama adalah toko ini masih menggunakan sistem penjualan secara manual dan pemasarannya masih belum diketahui oleh masyarakat luar yang disertakan sistem pencatatan data penjualan yang masih dilakukan secara sederhana.

2) Tahap kedua yaitu mengidentifikasi dan menganalisis kendala apa yang terjadi di toko Dwi Utama sehingga tim pelaksana mampu untuk mencari solusi untuk menyelesaikannya.

- 3) Tahap ketiga yaitu setelah tim pelaksana telah mencari tahu atas kendala yang terjadi di toko Dwi Utama, tim pelaksana memiliki gambaran dan mempersiapkan sistem rancangan untuk membantu pemilik toko Dwi Utama dalam menyelesaikan permasalahannya mengenai keterbelakangan teknologi yang dialami oleh toko Dwi Utama, yaitu dengan pembuatan brosur secara digital, membuat *Company Profile* dalam bentuk *softcopy*, membuat media sosial seperti *Facebook*, membuat *website*, dan membuat catatan penjualan harian melalui *Microsoft Excel*.
- 4) Tahap keempat yaitu tahapan dimana tim pelaksana mendiskusikan solusi yang telah didapatkan kepada pemilik dan memberikan pelatihan sistem yang telah selesai direncanakan, serta memberikan tambahan pengetahuan mengenai teknologi digital tersebut kepada pemilik.
- 5) Tahap akhir yaitu tahap finalisasi dalam implementasi berikut, dimana tidak adanya tambahan yang perlu dilakukan lagi sehingga sistem yang dirancang oleh tim pelaksana akan berjalan dengan baik.

Tahapan berikut terdiri dari tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penilaian yang disertakan pelaporan yang akan diuraikan oleh penulis, yaitu :

- Tahap Persiapan
 - 1) Kami mencari mitra yang memiliki permasalahan pada UMKM yang berada di Batam, Indonesia.
 - 2) Setelah menemukan mitra yang sesuai, kami menyediakan proposal terlebih dahulu untuk mendapatkan persetujuan oleh pihak mitra dan pihak Universitas Internasional Batam untuk melakukan implementasi.
 - 3) Setelah mendapatkan persetujuan oleh kedua pihak, kami akan mempersiapkan untuk melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap toko Dwi Utama.
 - 4) Pemilik juga memberikan persetujuan kepada kami untuk membuat laporan ini yang berkaitan dengan usahanya.
 - Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini dilakukan pada waktu yang diberikan yaitu pertengahan Juli 2021 oleh pihak Universitas Internasional Batam untuk melakukan implementasi program, yang berawal dari pengumpulan data yang diperoleh, sebagai berikut :

 - 1) Mulai melakukan wawancara secara online serta mengamati toko Dwi Utama dengan melakukan kunjungan dengan jadwal yang telah disepakati oleh pemilik toko.
 - 2) Mulai mempersiapkan solusi untuk toko Dwi Utama yang akan didiskusikan dan dibahas dengan dosen pembimbing terlebih dahulu.
 - 3) Setelah disetujui dan diarahkan oleh dosen pembimbing, tim pelaksana mulai mengerjakan rancangan sistem yang akan di implementasikan kepada toko Dwi Utama yaitu pembuatan brosur secara digital, membuat *Company*

- Profile dalam bentuk softcopy, membuat media sosial seperti Facebook, membuat website, dan membuat catatan penjualan harian melalui Microsoft Excel.
- 4) Kemudian kami mulai melakukan penginputan data yang diperoleh dari pemilik toko untuk merancang kerangka awal dalam pencatatan penjualan harian berbasis Microsoft Excel.
 - 5) Ketika sudah menyelesaikan implementasi yang disertakan catatannya, kami melakukan pertemuan kembali dengan dosen pembimbing untuk merevisi kembali hasil prosesnya sebelum mengimplementasikan hasil kerjaan tim pelaksana ke toko Dwi Utama, yang bertujuan untuk mencapai hasil yang lebih maksimal.
 - 6) Setelah merevisi dari kesalahan yang telah ditemukan oleh dosen pembimbing, maka kami akan segera melakukan pertemuan dengan pemilik toko Dwi Utama untuk mempresentasikan dan mengimplementasikan hasil rancangan tim pelaksana dan kemudian memberikannya kepada pemilik.
- Tahap Penilaian dan Pelaporan
 - 1) Setelah melakukan implementasi kepada pada toko Dwi Utama, yang menurut mitra sudah cukup membantu untuk meningkatkan penjualan dan menunjukkan eksistensi keberadaan mitra UMKM.
 - 2) Selanjutnya, kami mulai menulis laporan dan artikel pelaksanaan kegiatan SePORA sesuai dengan data toko Dwi Utama.
 - 3) Setelah itu kami akan meminta pertemuan kembali dengan dosen pembimbing secara online untuk membahas hasil laporan yang telah dibuat dan memperbaiki bagian-bagian yang tidak sesuai. Pertemuan secara online dilakukan karena terdapat pandemi Covid-19 yang menyebabkan terdapat kendalanya untuk melakukan pertemuan secara langsung dari anggota kami dan juga dosen pembimbing.
 - 4) Setelah merevisi dan sudah disetujui, kami melaksanakan pertemuan kembali dengan pemilik toko Dwi Utama dan dosen pembimbing, tahap ini merupakan tahap evaluasi dan penilaian atas implementasi program yang telah dilaksanakan oleh tim pelaksana.
 - 5) Setelah pertemuan, dosen pembimbing akan mengevaluasi laporan kegiatan SePORA sebelum mengumpulkan laporan tersebut ke dalam program studi.
 - 6) Setelah mendapat persetujuan oleh dosen pembimbing maka kami akan mengumpulkan laporan kegiatan SePORA kepada program studi.

Pembahasan

- (1) Pelaksanaan kegiatan implementasi dilakukan secara online pada hari Selasa tanggal 03 Agustus 2021. Kegiatan implementasi ini terlibat sebanyak 7 orang yang terdiri dari 5 orang dari kelompok 5, 1 orang dosen pembimbing mata kuliah Pendidikan Kewarganegaraan, dan 1 orang pihak toko Dwi Utama.



Gambar 1.1. Kegiatan

Implementasi, Sumber: Bapak Muhammad Taufik, SE., M.A., M.Ak (2021)

- (2) Luaran yang dicapai untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di toko bangunan Dwi Utama sebagai berikut ;

- a) Membuat brosur sebagai media informasi bagi penerima brosur mengenai produk apa saja yang dijual oleh toko Dwi Utama dan informasi narahubung yang sudah tercantum di dalamnya. Brosur ini akan ditempatkan di kasir toko Dwi Utama agar mudah dilihat dan diambil oleh pelanggan.

Brosur yang dapat digunakan sebagai media informasi, dengan proses pembuatan sebagai berikut :

- a. Mengilustrasi gambaran brosur yang sesuai untuk digunakan oleh toko bangunan.

- b. Mengedit hasil dari ilustrasi brosur menjadi satu kesatuan yang utuh.
- c. Mencetak hasil brosur yang sudah dirancang sedemikian rupa.



Gambar 1.2. Brosur Toko Dwi Utama, Sumber: Data kelompok 5 (2021)

- b) Membuat *Company Profile* dalam bentuk *softcopy* dan dalam bentuk video mengenai informasi toko Dwi Utama, dan apa saja yang dijual di toko. Video ini nantinya dapat digunakan oleh toko bangunan Dwi Utama untuk menunjukkan kepada pembeli bahwa mereka merupakan salah satu toko bangunan di Batam yang terletak di lokasi yang strategis dan dapat dihubungi melalui *WhatsApp* atau media online lainnya.

Company Profile dalam bentuk *softcopy* dan video, dengan proses pembuatan sebagai berikut :

- a. Mengunjungi mitra untuk mengambil foto dan video yang akan ditampilkan pada *softcopy* dan video.
- b. Mengelola foto dan

- video yang diambil untuk menjadi satu video yang menampilkan informasi mengenai mitra dan produk yang dijual.
- c. Mengelolah foto dan video yang diambil untuk menjadi satu bentuk *Company Profile* dalam bentuk *softcopy* menggunakan aplikasi *Ms. Word*.

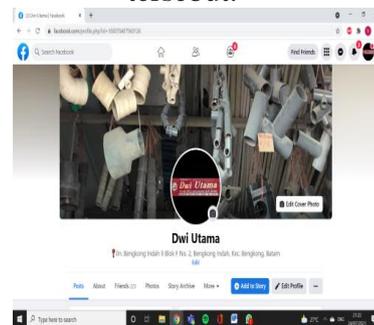


Gambar 1.3. *Company Profile* dalam Bentuk *Softcopy*, Sumber: Data kelompok 5 (2021)

- c) Membuat media sosial seperti *Facebook* untuk menunjukkan eksistensi toko bangunan Dwi Utama yang ada di Batam. Akun *Facebook* ini juga akan dimanfaatkan untuk bergabung ke dalam Forum Jual Beli (FJB) yang merupakan wadah untuk melakukan transaksi jual beli antara pembeli dan penjual secara digital. Media sosial seperti *Facebook* untuk menunjukkan eksistensi dan dapat melakukan transaksi penjualan dengan bergabung dalam Forum Jual Beli (FJB), dengan proses sebagai berikut :
- a. Membuat akun

Facebook khusus untuk mitra dan dipergunakan untuk kepentingan mitra.

- b. Mengunjungi mitra untuk mengambil foto produk-produk yang akan dijual dan dipromosikan menggunakan media sosial.
- c. Mengeksposkan foto yang sudah diambil ke Forum Jual Beli (FJB) untuk dilihat dan dibeli oleh masyarakat.
- d. Mengelolah foto produk-produk menjadi satu untuk di ekspos sebagai informasi bahwa toko Dwi Utama menjual produk tersebut.



Gambar 1.4. *Facebook* Toko Dwi Utama, Sumber: Data kelompok 5 (2021)

- d) Membuat *website* sederhana untuk memasarkan serta menjual produk dengan jangkauan konsumen yang bisa melihat produk menjadi lebih luas. Tidak hanya itu, *website* ini juga bisa menjadi salah satu alternatif untuk mengakses lokasi toko Dwi Utama beserta narahubung yang sudah tercantum di dalam *website* tersebut.

Website untuk memasarkan, menjual produk, dan menjadi alternatif untuk mengetahui lokasi toko Dwi Utama beserta narahubung, dengan proses sebagai berikut :

- a. Menggunakan aplikasi tokko.io sebagai website yang membantu UMKM untuk berjualan tanpa harus membayar.
- b. Mengunjungi mitra untuk mengambil foto produk-produk yang akan dijual dan diekspos di *website tokko.io*.

Gambar 1.5. Aplikasi *tokko.io* yang digunakan, Sumber: Data kelompok 5 (2021)

- e) Membuat pencatatan penjualan harian berbasis komputer dengan menggunakan *Microsoft Excel* yang dapat berguna sebagai penyimpan data penjualan secara terperinci. Pencatatan penjualan harian berbasis komputer dengan menggunakan *Microsoft Excel* yang dapat berguna sebagai penyimpan data penjualan secara terperinci, dengan proses :
 - a. Mitra melakukan pencatatan penjualan harian.
 - b. Membuat pencatatan penjualan

menggunakan *Ms. Excel* yang disertakan dengan kode produk-produk yang ada di toko Dwi Utama.

No	Kode	Nama Barang	Satuan	Harga Satuan
1	AJIANT PASIR LAYU	LAYU	M3	600.000
2	AJIANT PASIR DAP	DAP	M3	600.000
3	AJIANT PASIR KUBAN	KUBAN	M3	600.000
4	AJIANT SIKAT LAYU	LAYU	M2	1.500.000
5	AJIANT SIKAT KUBAN	KUBAN	M2	1.500.000
6	AJIANT BATU MERAH	M3	300.000	
7	AJIANT BAHAN	M3	1.000.000	

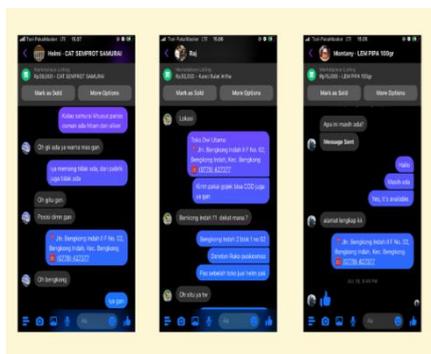
Gambar 1.6. Catatan Penjualan Harian Berbasis Komputer, Sumber: Data kelompok 5 (2021)

- (3) Keunggulan dari luaran yang telah diberikan kepada mitra adalah tim pelaksana dapat membantu mitra untuk meningkatkan performa penjualan bahan dan alat bangunan dalam waktu yang cukup singkat kepada masyarakat yang berada di Batam. Tidak hanya itu, luaran yang kami berikan dapat membantu masyarakat untuk memperoleh bahan bangunan dengan mudah tanpa harus mengunjungi toko Dwi Utama. Sedangkan kekurangannya kami belum mendapatkan data pelanggan tetap toko Dwi Utama dimana seharusnya kami dapat membagikan brosur dan company profile kepada pelanggan tetap membantu mitra untuk menghasilkan angka-angka rupiah yang lebih besar. Kedua, website yang kami berikan belum maksimal karena dalam perkembangannya belum dapat mencantumkan beberapa informasi mengenai toko Dwi Utama, tidak dapat memilih jenis metode pembayaran dan jenis pengiriman secara langsung

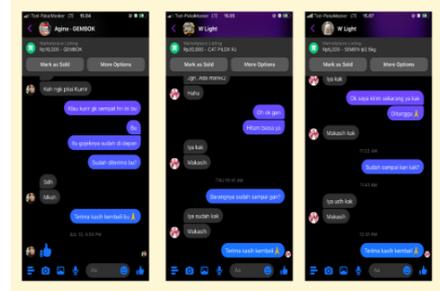
di website. Ketiga, pencatatan penjualan dengan menggunakan *Microsoft Excel* masih belum maksimal dikarenakan penginputan data yang masih harus dilakukan satu per satu beserta dengan kode barang yang harus dibuat terlebih dahulu. Kekurangan ini tidak dapat kami lakukan karena keterbatasan waktu yang hanya 1 bulan dan sumber daya manusia yang ahli dalam perancangan website, dimana kami fokus untuk menciptakan penjualan online.

Simpulan

1) Berdasarkan hasil data yang telah diperoleh selama kegiatan PkM, tim pelaksana telah melakukan kegiatan pemasaran secara digital untuk membantu mitra dalam proses peningkatan performa penjualan. Dimana mitra sudah berhasil membuat penjualan bahan dan alat bangunan secara online kepada masyarakat kota Batam yang berada di tempat-tempat berbeda.



Gambar 1.7. Penjualan Melalui Media Sosial, Sumber: Data kelompok 5 (2021)



Gambar 1.8. Masyarakat Menanyakan Lokasi Toko Dwi Utama, Sumber: Data kelompok 5 (2021)

Berdasarkan Gambar 1.6 dengan adanya pemasaran secara digital, toko Dwi Utama juga berhasil dalam memberitahukan eksistensi toko bangunan yang sudah ada di Batam, dan mampu melayani masyarakat yang ingin membeli bahan dan alat bangunan tanpa harus keluar dari rumah.

2) Manfaat kegiatan ini adalah untuk meningkatkan performa penjualan yang sempat turun akibat pandemi Covid-19 dan menunjukkan eksistensi keberadaannya agar lebih dikenal oleh masyarakat kota Batam.

Seminggu sebelum implementasi		Seminggu sesudah implementasi	
10 Juli 2021	Rp 100.000	17 Juli 2021	-Rp 50.000
11 Juli 2021	-Rp 45.000	18 Juli 2021	Rp 110.000
12 Juli 2021	-Rp 50.000	19 Juli 2021	Rp 100.000
13 Juli 2021	Rp 115.000	20 Juli 2021	Rp 145.000
14 Juli 2021	Rp 135.000	21 Juli 2021	Rp 165.000
15 Juli 2021	Rp 155.000	22 Juli 2021	Rp 185.000
16 Juli 2021	Rp 120.000	23 Juli 2021	Rp 200.000
Total	Rp 530.000	Total	Rp 855.000

Tabel 1.1 Peningkatan omset setelah dan sebelum implementasi, Sumber: Data kelompok 5 (2021)

3) Dengan kelemahan luaran yang telah muncul, dimana tim pelaksana belum mampu untuk mengembangkan website khusus, pemanfaatan brosur yang maksimal dan aplikasi pembukuan yang mudah untuk toko Dwi Utama yang

disebabkan oleh pengerjaan proyek memiliki keterbatasan waktu. Kami berharap bahwa kegiatan PkM yang akan dilakukan kedepannya dapat membuat *website* khusus toko Dwi Utama yang pembuatannya tanpa melalui wadah lain yang nantinya dapat digunakan untuk mencari keberadaan toko Dwi Utama, profile toko Dwi Utama, sebagai pusat perbelanjaan bahan dan sebagai tempat untuk bisa menghubungi *contact person* toko Dwi Utama.

- 4) Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Muhammad Taufik, SE., M.A., M.Ak selaku dosen pembimbing pada kegiatan ini dan dosen pengampu lainnya dalam mata kuliah Pendidikan Kewarganegaraan. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Internasional Batam yang memberikan kesempatan kepada kami untuk mengikuti kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melalui SePORA tahun 2021. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada toko Dwi Utama yang sudah memberikan kesempatan kepada kami untuk membantu UMKMnya.

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN HOLCIM PADA PT KINCO PRIMA BATAM. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS TRIANGLE*, 1(1), 146–159.

- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147–153.
- Wibowo, A., Pradiptha, A. P., Mulyati, M., & Utari, D. R. (2020). Penyuluhan Wirausaha Berbasis Teknologi untuk Pemulihan Ekonomi Masyarakat Terdampak Covid-19 di Masa New Normal. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(3), 357–365.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384–388.

Daftar Pustaka

- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702–714.
- Sihombing, A. Y. (2020). PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP