

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN DAN MANAJEMEN PRODUKSI DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS BAGI PENGRAJIN BENGKEL TANJAK RUMAHITAM KOTA BATAM

Yuanita FD Sidabutar¹, Malahayati Rusli Bintang², Raymond³

^{1,2,3}Universitas Batam, Batam, Indonesia

Email: yuanita.fd@univbatam.ac.id

ABSTRACT

This Community Partnership Program (PKM) was implemented to assist the Rumahitam Tanjak Workshop artisans in Batam City in addressing key challenges, namely limited production management and marketing strategies. Currently, the production process relies on simple equipment, resulting in inefficiency, while marketing is carried out conventionally with limited market reach. This PKM program is designed to provide solutions through production management training, digital marketing training, branding assistance, and the introduction of simple technologies that can improve production efficiency. The results of the program indicate an increase in partners' knowledge and skills in managing production, controlling quality, and utilizing digital media as a promotional tool. Partners are beginning to implement modern marketing strategies, improve packaging, and build a more professional brand identity. Evaluation using pre- and post-test methods showed an increase in partners' understanding of tanjak by approximately 40%, accompanied by a change in attitudes toward innovation. Overall, this PKM program has successfully increased productivity, expanded marketing reach, and strengthened the competitiveness of tanjak products as an icon of Batam's Malay culture. Long-term impacts are expected to be realized through partnerships with the local government and the use of digital marketing to expand markets, both locally, nationally, and internationally. Thus, this activity not only contributes to the empowerment of MSMEs but also supports the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs) related to decent work, economic growth, and the development of local creative industries.

Keywords: PKM, tanjak, production, digital marketing, MSMEs, Batam.

ABSTRAK

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan untuk membantu pengrajin Bengkel Tanjak Rumahitam Kota Batam dalam menghadapi permasalahan utama, yaitu keterbatasan manajemen produksi dan strategi pemasaran. Selama ini, proses produksi masih mengandalkan peralatan sederhana sehingga kurang efisien, sedangkan pemasaran hanya dilakukan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Kegiatan PKM ini dirancang untuk memberikan solusi melalui pelatihan manajemen produksi, pelatihan pemasaran digital, pendampingan branding, serta pengenalan teknologi sederhana yang dapat meningkatkan efisiensi produksi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengelola produksi, mengendalikan mutu, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Mitra mulai mampu menerapkan strategi pemasaran modern, memperbaiki kemasan, serta membangun identitas merek yang lebih profesional. Evaluasi dengan metode pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman mitra hingga $\pm 40\%$, disertai perubahan sikap yang lebih terbuka terhadap inovasi. Secara keseluruhan, program PKM ini berhasil meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pemasaran, serta memperkuat daya saing produk tanjak sebagai ikon budaya Melayu Batam. Dampak jangka panjang diharapkan terwujud melalui kemitraan dengan pemerintah daerah serta pemanfaatan pemasaran digital untuk memperluas pasar, baik lokal, nasional, maupun internasional. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi terhadap pemberdayaan UMKM, tetapi juga mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) terkait pekerjaan layak, pertumbuhan ekonomi, dan pengembangan industri kreatif lokal.

Kata kunci: PKM, tanjak, produksi, pemasaran digital, UMKM, Batam.

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

426

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



PENDAHULUAN

Kota Batam merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk terbesar, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik kota Batam jumlah penduduk kota Batam berjumlah 1.376.099 orang, (1) selain itu Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kota Batam juga memiliki 81.486 UMKM dengan jumlah tersebut secara tidak langsung membantu pemerintah dalam membuka lapangan kerja baru. Penyerapan tenaga kerja yang tinggi bisa mengurangi kemiskinan sehingga berkurangnya angka pengangguran di Kota Batam, selain itu dengan tingginya kunjungan wisatawan ke Kota Batam dimana pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung melalui Kota Batam berjumlah 1.431.166. Hal tersebut menjadi sebuah peluang besar bagi UMKM maupun kelompok usaha di Kota Batam untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar. (2) Salah satu kelompok UMKM yang memiliki prospek baik adalah pengrajin Bengkel Tanjak Rumahitam yang bertempat tinggal di Ruko Kharisma Business center Belakangan Pondok Blado, Sungai Harapan, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau.

Gambar 1: Produk Bengkel Tanjak



Prospek penjualan tanjak di Kota Batam cukup menjanjikan karena kota ini merupakan wilayah yang kaya akan budaya Melayu dan memiliki posisi strategis sebagai pintu gerbang internasional, khususnya ke Singapura dan Malaysia. Sebagai pusat industri dan perdagangan yang dihuni oleh masyarakat multietnis, Batam juga menjadi tempat berlangsungnya berbagai acara resmi, adat, dan kebudayaan yang sering kali melibatkan penggunaan atribut tradisional seperti tanjak. (3) Selain itu, tanjak memiliki potensi besar sebagai produk oleh-oleh khas daerah yang dapat menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pelestarian budaya lokal, serta dukungan dari komunitas seni, sekolah, dan instansi pemerintahan, pasar tanjak dapat terus berkembang. Jika dipadukan dengan strategi pemasaran digital yang tepat dan inovasi desain yang menyesuaikan selera generasi muda, tanjak bisa menjadi produk budaya yang tidak hanya bernilai tradisional, tetapi juga bernilai komersial tinggi di Batam (4).

Pengrajin tanjak di Kota Batam menghadapi sejumlah permasalahan dalam proses produksi yang berpotensi menghambat perkembangan usaha mereka. Salah satu kendala utama adalah alat produksi yang digunakan sebagian besar masih sederhana dan manual, sehingga memperlambat proses pembuatan serta membatasi jumlah produksi massal. Permasalahan ini diperparah oleh kurangnya dukungan modal dan akses pembiayaan, yang membuat para pengrajin sulit mengembangkan usaha secara maksimal atau memperluas jangkauan pasar. Tanpa solusi yang terarah dan dukungan dari berbagai pihak, tantangantantangan ini berisiko menghambat potensi industri kreatif tanjak di Batam yang seharusnya bisa menjadi unggulan daerah.

Banyak pengrajin masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung di pasar lokal atau melalui mulut ke mulut, yang membatasi jangkauan pasar dan daya saing produk mereka. Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital serta keterbatasan dalam penggunaan media sosial dan e-

commerce membuat tanjak belum dikenal luas di kalangan masyarakat luar Batam, padahal potensinya cukup besar, terutama untuk pasar wisata dan ekspor. Selain itu, pengrajin sering kali tidak memiliki merek (brand) yang kuat maupun strategi promosi yang efektif, sehingga sulit membedakan produknya dari pesaing. Ketiadaan kemasan menarik dan standar kualitas yang seragam juga menjadi kendala dalam membangun citra profesional produk tanjak. Ditambah lagi, kolaborasi dengan sektor pariwisata dan event budaya masih belum optimal, padahal itu bisa menjadi sarana efektif untuk memperluas pasar. Tanpa dukungan pelatihan pemasaran dan fasilitasi dari pihak terkait, para pengrajin akan kesulitan meningkatkan penjualan dan menjangkau konsumen yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Adanya kegiatan pengabdian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan Asta Cita yang digagas oleh pemerintah yaitu, Meningkatkan lapangan kerja yang berkualitas, mendorong kewirausahaan, mengembangkan industri kreatif, dan melanjutkan pengembangan infrastruktur.

Selain itu Adanya kegiatan pengabdian ini memiliki keterkaitan yang erat dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs) yaitu Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi hal ini dikarenakan Kegiatan yang dilakukan dan peningkatan kinerja pemasaran produk diharapkan dengan kegiatan ini dapat meningkatkan kinerja UMKM menjadi lebih baik sehingga dapat memberikan kontribusi kepada negara berupa pajak dan membantu pemerintah Selain itu *Sustainable Development Goals* (SDGs) kedua adalah Industri Inovasi dan Infrastruktur dimana Kegiatan yang dilakukan berupa kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas produksi berupa penyediaan alat pendukung produksi dengan adanya kegiatan ini akan terjadi peningkatan kinerja industry, Melalui program ini tentu akan menunjang dari IKU perguruan tinggi salah satunya adalah Dosen Bekerja sebagai konsultan atau tenaga ahli independen dan Mata kuliah yang menggunakan metode pembelajaran pemecahan kasus (*case method*).

Adapun permasalahan nyata yang dihadapi mitra adalah :

- a. Mitra memiliki keterbatasan didalam kegiatan produksi dimana selama ini kegiatan produksi dilakukan secara sederhana dengan menggunakan berbagai peralatan sederhana sehingga proses produksi menjadi lama dan meningkatkan biaya produksi dan harga barang menjadi lebih mahal
- b. Rendahnya pemahaman Mitra terkait konsep dasar pemasaran, desain produk, proses perencanaan pemasaran, analisis peluang pasar, dan perencanaan strategi pemasaran manajemen pemasaran Dimana selama ini produk yang dihasilkan dipasarkan melalui model-model pemasaran konvensional yakni dengan menawarkan secara langsung ke berbagai lokasi sehingga tingkat penjualan menjadi rendah sementara penyebaran wabah virus corona mengakibatkan pengrajin jamu tradisional jamu bos membutuhkan media pemasaran untuk membantu pemasaran produk.

Berikut adalah solusi yang diberikan kepada kelompok mitra:

1. Pelatihan & Pendampingan Manajemen produksi Kegiatan Pelatihan ini mencakup materi mengenai perencanaan produksi, pengelolaan bahan baku, manajemen waktu, serta pengendalian mutu produk. Selain itu, pendampingan diberikan secara langsung melalui kunjungan lapangan, sesi konsultasi, dan praktik bersama, guna memastikan bahwa para pengrajin mampu menerapkan ilmu yang diperoleh sesuai dengan kondisi dan kebutuhan usaha masing-masing. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan produktivitas pengrajin tanjak meningkat, kualitas produk menjadi lebih konsisten, serta daya saing mereka di pasar lokal maupun nasional semakin kuat.
2. Pelatihan Manajemen pemasaran Manajemen Pemasaran memegang peranan penting dalam pengembangan sebuah usaha, serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran , Untuk itu dalam pelatihan manajemen pemasaran, tim juga membuat modul sebagai bahan pembelajaran. Dengan modul yang disusun untuk memudahkan pengrajin agar dapat mempelajari dan memahami manajemen pemasaran dengan cepat dan mudah. selain Tim PKM Juga akan membuat media promosi yang nantinya akan digunakan sebagai wadah dalam memasarkan produk pengrajin tanjak rumahitam

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dialami mitra, pendekatan yang diberikan bagi realisasi pelaksanaan program PKM ini adalah model pemberdayaan dengan proses sebagai berikut:

Gambar 2: Tahapan Pelaksanaan Kegiatan



Pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bagi pengrajin tanjak dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur dan berkelanjutan.

- Tahap pertama dimulai dengan sosialisasi, yaitu penyampaian informasi kepada para pengrajin mengenai tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan PKM agar mereka memahami dan berpartisipasi aktif dalam program ini.
- Selanjutnya, dilakukan pelatihan yang berfokus pada peningkatan kapasitas pengrajin dalam aspek manajemen produksi, teknik pembuatan tanjak, serta pengenalan desain yang lebih inovatif dan sesuai dengan permintaan pasar.
- Setelah pelatihan, masuk ke tahap penerapan teknologi, di mana pengrajin diperkenalkan dengan alat bantu produksi yang lebih efisien atau metode baru yang dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produksi.
- Tahap berikutnya adalah pendampingan dan evaluasi, yang dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa ilmu dan teknologi yang telah diberikan benar-benar diterapkan secara optimal; di tahap ini juga dilakukan penilaian terhadap perkembangan usaha pengrajin.
- Terakhir, program ini dirancang untuk memiliki keberlanjutan, dengan mendorong terbentuknya kelompok usaha bersama, kemitraan dengan pasar, serta pelibatan pemerintah daerah atau lembaga terkait agar hasil dari PKM dapat terus berkembang dan memberi dampak jangka panjang bagi kesejahteraan pengrajin tanjak.

Partisipasi mitra

Peran partisipasi mitra dalam program ini antara lain sebagai berikut:

1. Mitra berpartisipasi aktif dalam keseluruhan sesi pelatihan yang diagendakan, berperan aktif dalam diskusi serta mendengarkan pandangan, pengalaman, dan berbagai masukan.
2. Mengikuti proses evaluasi dan monitoring selama kegiatan berlangsung.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan.

Tahap evaluasi, dilakukan penilaian terhadap seluruh proses dan hasil program kegiatan PKM, Evaluasi akan dilakukan berupa pengukuran dampak terhadap peningkatan keterampilan pelaku usaha, efisiensi produksi, serta peningkatan pendapatan atau volume penjualan yang terjadi setelah penerapan teknologi atau metode baru. Selain itu, evaluasi juga mencakup analisis terhadap tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program dan sejauh mana solusi yang diberikan efektif. Evaluasi akan dilakukan dengan metode kuantitatif maupun kualitatif, berupa kegiatan pre test dan post test atau analisis data

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

429

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



operasional sebelum dan sesudah program.

Setelah evaluasi, untuk memastikan keberlanjutan program, dan untuk mendukung penerapan dan pengembangan lebih lanjut dari program pkm Ini akan tetap dilakukan kegiatan pendampingan berkelanjutan dan menjalin kemitraan lebih lanjut dengan Dinas perindustrian kota Batam

Tabel 1: Peran dan tugas dari masing-masing anggota tim

| No | Nama | Peran | Tugas |
|----|--------------------------------------|-------------------|---|
| | Yuanita FD Sidabutar, ST., M.Si | tua (Dosen) | ngembangkan proposal PKM, laporan kemajuan dan laporan akhir |
| | malahayati Rusli Bintang, B.Sc., MPH | ggota (Dosen) | embuat Proposal, Survey lokasi, Mengkomunikasikan tempat pembinaan, Memberikan materi |
| | ymond, SE., M.Sc | ggota (Dosen) | enyusun Laporan akhir pelaksana kegiatan Menyiapkan peralatan, Memberikan materi |
| | snawati. (102623006) | ggota (Mahasiswa) | lakukan survei dan evaluasi pelaksanaan kegiatan |
| | swanto Agung Sedayu (102623008) | ggota (Mahasiswa) | embuat laporan kemajuan dan pengolahan data |

PEMBAHASAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan di Bengkel Tanjak Rumahitam menghasilkan sejumlah capaian yang signifikan. Permasalahan utama terkait keterbatasan peralatan manual yang digunakan dalam produksi berhasil diatasi melalui pelatihan manajemen produksi dan pengenalan peralatan bantu yang lebih efisien. Hasilnya, proses produksi menjadi lebih cepat, kualitas produk lebih konsisten, dan biaya produksi dapat ditekan. Hal ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan produktivitas sekaligus daya saing produk tanjak di pasar.

Tabel 2: Hasil kegiatan

| Permasalahan | Solusi (Kegiatan PKM) | Hasil | Dampak / Pembahasan |
|---|---|--|--|
| Produksi lambat karena masih menggunakan alat manual sederhana (gunting, jarum, mesin jahit rumahan). | Pelatihan manajemen produksi, pengenalan peralatan bantu produksi yang lebih efisien, serta pendampingan pengelolaan bahan baku dan mutu. | Proses produksi lebih cepat dan hasil lebih konsisten. | Produktivitas meningkat, biaya produksi dapat ditekan, dan kualitas produk lebih terjaga sehingga daya saing naik. |
| Pemasaran masih konvensional (langsung/mulut ke mulut), pasar terbatas. | Pelatihan manajemen pemasaran dan pemanfaatan media digital (sosial media, e-commerce). | Mitra memahami pemasaran digital dan mulai menggunakan media online untuk promosi. | Pasar lebih luas (lokal, nasional, internasional), mendukung transformasi digital UMKM. |
| Produk belum memiliki identitas visual dan kemasan menarik. | Pendampingan branding dan pembuatan media promosi. | Produk memiliki identitas visual, kemasan lebih menarik, dan strategi branding. | Produk lebih mudah dikenali, citra profesional meningkat, menarik minat wisatawan dan |

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

430

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



| | | | |
|--|---|--|--|
| Kurangnya pengetahuan strategi pemasaran dan perencanaan bisnis. | Penyusunan modul pemasaran sederhana, pelatihan berbasis kasus (case method). | Mitra memiliki panduan praktis dan memahami dasar-dasar perencanaan pemasaran. | konsumen baru. Pengetahuan meningkat, mitra lebih percaya diri dalam mengelola usaha dan menghadapi persaingan. |
| Minimnya kolaborasi dengan pihak eksternal dan akses pasar. | Pendampingan keberlanjutan serta rencana kemitraan dengan Dinas Perindustrian Kota Batam. | Terbuka peluang kerjasama untuk memperluas jaringan pasar. | Keberlanjutan usaha lebih terjamin, membuka akses bantuan, promosi, dan pasar ekspor. |

Dari sisi pemasaran, permasalahan mitra yang sebelumnya masih mengandalkan cara konvensional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut telah mendapatkan solusi melalui pelatihan pemasaran digital. Mitra mulai memahami cara menggunakan media sosial dan platform e-commerce sebagai sarana promosi. Dengan demikian, jangkauan pasar yang semula terbatas kini terbuka lebih luas, baik pada skala lokal, nasional, bahkan internasional. Selain itu, produk tanjak yang sebelumnya belum memiliki identitas visual yang kuat kini mendapatkan pendampingan branding. Pemberian identitas merek, perbaikan kemasan, serta pembuatan media promosi berhasil meningkatkan citra produk agar terlihat lebih profesional. Dampaknya, produk tanjak tidak hanya bernilai tradisi, tetapi juga memiliki daya tarik komersial yang lebih tinggi, terutama bagi wisatawan dan konsumen modern.

Permasalahan lain yang dihadapi mitra adalah rendahnya pemahaman dalam perencanaan strategi pemasaran dan bisnis. Hal ini diatasi dengan penyusunan modul pemasaran sederhana serta pelatihan berbasis kasus (case method). Melalui kegiatan tersebut, mitra memperoleh panduan praktis yang memudahkan mereka dalam menyusun rencana pemasaran dan mengelola usaha secara lebih terstruktur. Pengetahuan ini juga menumbuhkan kepercayaan diri mitra untuk bersaing dengan produk sejenis di pasar.

Gambar 3: Pelaksanaan Kegiatan



Untuk aspek keberlanjutan, PKM juga memfasilitasi rencana kemitraan antara Bengkel Tanjak Rumahitam dengan Dinas Perindustrian Kota Batam. Upaya ini diharapkan membuka akses pasar yang lebih luas, memperkuat jejaring kerja, dan menjamin keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan adanya dukungan dari pemerintah daerah serta pendampingan yang berkelanjutan, Bengkel Tanjak Rumahitam berpotensi menjadi sentra produksi tanjak yang tidak hanya melestarikan budaya Melayu, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian lokal. Secara keseluruhan, program PKM ini membuktikan bahwa peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran yang tepat dapat mendorong pengrajin UMKM untuk berkembang lebih mandiri dan berdaya saing tinggi. Hasil yang diperoleh tidak hanya berdampak pada peningkatan produktivitas dan pendapatan mitra, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dalam bidang pekerjaan layak, pertumbuhan ekonomi, serta pengembangan industri kreatif lokal.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu kuantitatif dan kualitatif.

1. **Evaluasi Kuantitatif** dilakukan dengan metode *pre-test* dan *post-test* terhadap pengrajin. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mitra tentang manajemen produksi dan pemasaran sebesar $\pm 40\%$. Indikator keberhasilan terlihat dari meningkatnya pemahaman penggunaan media digital sebagai sarana promosi serta kemampuan dalam mengelola bahan baku secara lebih efisien.
2. **Evaluasi Kualitatif** diperoleh dari wawancara, observasi langsung, dan diskusi kelompok. Mitra mengakui bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan memberikan manfaat nyata, terutama dalam hal kecepatan produksi, perbaikan kualitas produk, serta pengetahuan pemasaran digital. Mitra juga menyampaikan adanya peningkatan motivasi dan kepercayaan diri dalam mengembangkan usaha.
3. **Kendala dalam Pelaksanaan** antara lain keterbatasan waktu pelatihan yang menyebabkan beberapa materi hanya dapat disampaikan secara ringkas, serta adaptasi awal mitra terhadap teknologi baru yang memerlukan pendampingan intensif. Namun, kendala ini dapat diatasi dengan perpanjangan sesi diskusi dan tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan.
4. **Keberlanjutan Program** dievaluasi dengan melihat komitmen mitra dalam mengimplementasikan hasil pelatihan. Mitra menunjukkan keseriusan dengan mulai menerapkan strategi branding, memperbaiki kemasan, serta aktif menggunakan media sosial untuk promosi. Selain itu, adanya rencana kemitraan dengan Dinas Perindustrian Kota Batam menjadi indikator penting bagi kesinambungan program di masa mendatang.

KESIMPULAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bersama pengrajin Bengkel Tanjak Rumahitam Kota Batam telah berhasil memberikan solusi nyata terhadap permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan dalam aspek manajemen produksi dan strategi pemasaran. Melalui serangkaian pelatihan, pendampingan, serta penerapan teknologi sederhana yang lebih efisien, produktivitas mitra meningkat, kualitas produk lebih konsisten, dan waktu produksi dapat dipersingkat.

Pada aspek pemasaran, kegiatan ini mendorong transformasi dari pola konvensional menuju pemasaran digital. Mitra tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai strategi pemasaran modern, tetapi juga mulai memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai sarana promosi. Hal ini berdampak pada terbukanya peluang pasar yang lebih luas, baik lokal, nasional, maupun internasional.

Selain itu, pendampingan branding dan penguatan identitas produk berhasil meningkatkan citra profesional produk tanjak, sehingga lebih menarik di mata konsumen dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Modul pemasaran sederhana yang disusun juga membantu mitra untuk memiliki panduan praktis dalam menyusun strategi usaha dan menghadapi persaingan.

Evaluasi kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan mitra, baik dari sisi kuantitatif maupun kualitatif. Mitra juga menunjukkan komitmen kuat untuk menerapkan hasil pelatihan secara berkelanjutan, termasuk menjalin kemitraan dengan pemerintah daerah

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

432

Indexed



SINTA 5

PKP|INDEX



guna mendukung pengembangan usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan kapasitas dan daya saing Bengkel Tanjak Rumahitam, sekaligus mendukung pelestarian budaya lokal Melayu melalui produk tanjak. Lebih jauh lagi, program ini berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya terkait pekerjaan layak, pertumbuhan ekonomi, serta pengembangan industri kreatif daerah.

REFERENSI

- BPS. Batam Dalam Angka. Batam: Badan Pusat Statistik; 2023.
- Batam B. Kemajuan Batam Sukses Dongkrak Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara [Internet]. BP Batam. 2024 [cited 2025 Apr 1]. Available from: <https://bpbatam.go.id/kemajuan-batam-sukses-dongkrak-jumlah-kunjunganwisatawan-mancanegara/>
- Sari IU, Saputra A. Analisis Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah , dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Batam. Snistek. 2020;(September):73–8.
- Maslan A, Elisa E, Raymond R. Pembuatan Media Promosi Berbasis Web, Sistem Administrasi, dan Manajemen Pemasaran pada Mitra Kelompok Usaha Bersama (KUB) Nelayan di Kelurahan Pulau Temoyong, Batam. J Pengabdian Pada Masyarakat. 2019;4(4):491–500.
- Raymond R. Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Pelatihan Perencanaan Bagi Kelompok Usaha Kerajinan Taufan Handrycraft Di Kota Batam. J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat). 2018;2(1):105.
- Sidabutar YFD, Bintang MR. Pengembangan Media Pemasaran , Manajemen Keselamatan Kesehatan Kerja dan Peningkatan Kewirausahaan pada Kelompok Pengrajin Batu Besar Kota Batam. 2022;4(2):93–8.
- Siregar DL, Indrawan MG, Putri A dasa, Raymond. Development Of Product Packaging Design In Income Increasing Business Group Of Prosper Family (Uppks) Frien