

Pemberdayaan UMKM Berbasis Teknologi Informasi melalui Program Hi-Technopreneur

Nina Fadilah Najwa¹, Indah Lestari², Syintia Mega Putri³, Frisca Martha Veronica⁴

¹Politeknik Caltex Riau, Sistem Informasi, email: nina@pcr.ac.id

Politeknik Caltex Riau, Sistem Informasi, email: indah@pcr.ac.id

²Politeknik Caltex Riau, Bisnis Digital, email: syintia@pcr.ac.id

³politeknik Caltex Riau, Sistem Informasi, email: frica.mv@graduate.pcr.ac.id

*Email corresponding author: syintia@pcr.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuka peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui digitalisasi proses bisnis. Namun, kesenjangan dalam adopsi teknologi masih menjadi tantangan utama. Program Hi-Technopreneur dirancang sebagai solusi untuk menjembatani kesenjangan tersebut melalui pendampingan komprehensif kepada pelaku UMKM dalam pemanfaatan teknologi informasi. Kegiatan ini juga diintegrasikan dengan perkuliahan SI Technopreneurship dan kolaborasi bersama Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi. Tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam manajemen bisnis, pemasaran digital, dan pengambilan keputusan berbasis data sehingga mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha di era ekonomi digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipasi aktif melalui pelatihan, pendampingan langsung, dan penyelenggaraan expo sebagai bentuk promosi produk. Program melibatkan 21 UMKM dari berbagai sektor dan 120 mahasiswa pendamping. Hasil survei terhadap UMKM menunjukkan keberhasilan program dimana 66,7% UMKM merasa sangat puas terhadap pendampingan, 71,4% UMKM sangat setuju kegiatan expo bermanfaat untuk promosi, 90,5% UMKM merasakan perubahan positif setelah pendampingan, 85,7% UMKM terbantu dalam promosi dan pemasaran digital, dan 61,9% menyatakan siap ikut program serupa di masa depan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan berbasis teknologi efektif dalam memberdayakan UMKM dan mendorong transformasi digital. Program ini juga berhasil mengintegrasikan unsur pendidikan, pengabdian, dan suasana akademik secara harmonis.

Kata kunci: Pemberdayaan UMKM, Sistem Informasi, Hi-Technopreneur

Abstract

The development of information and communication technology opens up significant opportunities for MSMEs to increase their competitiveness through the digitalization of business processes. However, the gap in technology adoption remains a major challenge. The Hi-Technopreneur Program is designed as a solution to bridge this gap through comprehensive mentoring for MSMEs in utilizing information technology. This activity is also integrated with SI Technopreneurship lectures and collaboration with the Information Systems Student Association. The purpose of this service is to increase the capacity of MSMEs in business management, digital marketing, and data-based decision-making so as to increase productivity and business competitiveness in the digital economy era. The implementation method uses an active participation approach through training, direct mentoring, and holding an expo as a form of product promotion. The program involves 21 MSMEs from various sectors and 120 student mentors. The results of the survey on MSMEs showed the success of the program, where 66.7% of MSMEs were very satisfied with the mentoring, 71.4% of MSMEs strongly agreed that the expo activities were beneficial for promotion, 90.5% of MSMEs felt positive changes after mentoring, 85.7% of MSMEs were helped in digital promotion and marketing, and 61.9% stated

that they were ready to participate in similar programs in the future. This shows that the technology-based mentoring approach is effective in empowering MSMEs and encouraging digital transformation. This program also successfully integrates elements of education, community service, and an academic atmosphere harmoniously.

Keywords: *Empowerment of MSMEs, Information Systems, Hi-Technopreneur*

Article History:

Submitted: 04-08-2025

Accepted: 11-09-2025

Published: 30-09-2025

1. Pendahuluan

UMKM di Indonesia memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, namun masih banyak yang menghadapi tantangan besar, terutama dalam hal adopsi teknologi dan strategi pemasaran digital [1]. Keterbatasan pengetahuan tentang teknologi informasi, manajemen bisnis modern, serta teknik pemasaran berbasis internet membuat banyak UMKM sulit bersaing di era digital [2]. Akibatnya, potensi mereka untuk berkembang dan meningkatkan skala bisnis seringkali terhambat. Kondisi ini menjadi latar belakang untuk merancang program pemberdayaan UMKM berbasis teknologi yang tidak hanya solutif, tetapi juga edukatif dan berkelanjutan. Kondisi tersebut juga tercermin pada hasil analisis terhadap beberapa UMKM di sekitar lingkungan Politeknik Caltex Riau (PCR), di mana sebagian besar UMKM mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi informasi untuk mendukung manajemen dan pengembangan bisnis. UMKM ini memiliki potensi yang besar, tetapi keterbatasan dalam sumber daya, pengetahuan teknologi, dan strategi pemasaran digital menyebabkan usaha mereka tidak berkembang secara optimal.

Keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi terlihat dalam beberapa aspek penting, seperti pemasaran produk yang masih dilakukan secara manual atau terbatas pada pemasaran langsung, manajemen inventori yang tidak terintegrasi dengan sistem digital, serta kurangnya pemahaman tentang cara memanfaatkan media sosial atau platform digital lainnya untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar [3]. Selain itu, kebanyakan UMKM yang menjadi mitra ini tidak memiliki strategi bisnis berbasis data, sehingga keputusan-keputusan yang diambil seringkali didasarkan pada perkiraan atau intuisi semata, tanpa didukung oleh data yang valid dan relevan. Temuan-temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa tantangan operasional UMKM seperti kesulitan mencatat penjualan, memahami preferensi pelanggan, dan mengelola persediaan dapat diatasi melalui penerapan sistem *Sales Force Automation* (SFA) sebagai bagian dari strategi *Customer Relationship Management* (CRM) berbasis digital [4]. Solusi berbasis teknologi ini terbukti membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi dan akurasi operasional. Temuan tersebut memperkuat urgensi perlunya program pendampingan berbasis teknologi yang tidak hanya fokus pada pengembangan sistem, tetapi juga mengedukasi pelaku UMKM untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Hal ini menjadi dasar pengembangan program HI-TECHNOPRENEUR yang berorientasi pada pendampingan dan edukasi digital bagi UMKM.

Program HI-TECHNOPRENEUR diusulkan sebagai solusi untuk memberdayakan UMKM melalui pendampingan berbasis teknologi oleh dosen dan mahasiswa program studi Sistem Informasi. Program ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengatasi masalah-masalah terkait manajemen bisnis, pemasaran digital, dan pengambilan keputusan berbasis data [3]. Mahasiswa dipersiapkan oleh dosen akan berperan sebagai pembina UMKM, memanfaatkan keahlian mereka di bidang teknologi untuk memberikan solusi praktis kepada UMKM mitra. Solusi yang ditawarkan dalam program ini meliputi tiga aspek utama: (1) penggunaan teknologi informasi untuk manajemen bisnis, (2) pemasaran digital, dan (3) Pendampingan financial technology. UMKM akan dibimbing dalam penggunaan sistem manajemen inventori dan aplikasi akuntansi sederhana untuk meningkatkan efisiensi operasional. Mereka juga akan dibantu dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui platform e-commerce, dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk. Selain itu, mahasiswa akan mengajarkan *financial technology* untuk membantu UMKM seperti pencatatan keuangan digital dan metode pembayaran daring.

Rangkaian kegiatan dalam program ini disusun secara sistematis dalam beberapa tahapan. Pertama, dilakukan identifikasi kebutuhan dan permasalahan spesifik yang dihadapi oleh UMKM mitra. Selanjutnya, mahasiswa bersama dengan tim pengabdian akan memberikan pendampingan intensif terkait penggunaan teknologi yang relevan, baik dalam hal manajemen bisnis maupun pemasaran digital. Pelatihan ini akan disertai dengan pendampingan langsung, di mana mahasiswa akan mendampingi UMKM dalam penerapan teknologi dan strategi yang telah diajarkan. Puncak kegiatan adalah bazar expo yang menampilkan produk UMKM binaan mahasiswa.

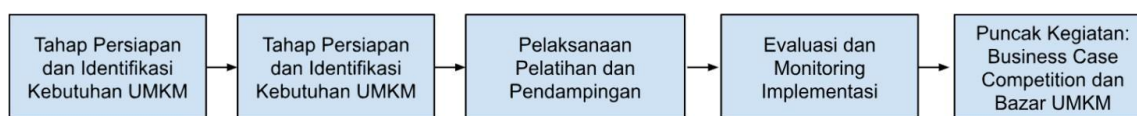
Target luaran dari program ini adalah peningkatan kapasitas UMKM dalam menggunakan teknologi untuk mendukung operasional dan strategi pemasaran. UMKM yang terlibat diharapkan mampu mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien, memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital, serta membuat keputusan bisnis yang lebih berbasis data [4]. Selain itu, mahasiswa peserta program akan mendapatkan pengalaman praktis dalam membina UMKM, sesuai dengan profil lulusan yang diharapkan, yaitu menjadi *technopreneur* yang mampu menerapkan teknologi untuk mendukung bisnis. Program pengabdian ini terintegrasi dalam perkuliahan SI *Technopreneurship*, sehingga proses pembinaan UMKM juga menjadi sarana pembelajaran yang aplikatif bagi mahasiswa. Dengan pendekatan kolaboratif antara kampus dan mitra usaha, program ini diharapkan mampu mendorong transformasi digital UMKM sekaligus memperkuat peran pendidikan tinggi dalam pengabdian masyarakat berbasis teknologi. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model berkelanjutan untuk kegiatan serupa di masa mendatang.



Gambar 1. Poster Kegiatan *Hi-Technopreneurship 2025*

2. Metode

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini akan dilakukan secara bertahap dengan melibatkan semua pihak terkait, termasuk tim pelaksana, mahasiswa, dan mitra UMKM. Metode pelaksanaan mencakup beberapa tahapan yang dirancang untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan teknologi dalam manajemen dan pemasaran bisnis mereka [6]. Program ini juga bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis dalam pengelolaan bisnis berbasis teknologi, sesuai dengan profil lulusan *technopreneur* yang diharapkan. Berikut ini gambaran ringkas metode pelaksanaan yang dilakukan tim pelaksana pengabdian Masyarakat sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan PKM

Berikut ini penjelasan pada setiap tahapan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat:

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan UMKM (Minggu 1-2)

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi awal terhadap kebutuhan spesifik UMKM yang akan menjadi mitra PkM. Proses ini dilakukan melalui wawancara dan survei kepada UMKM yang terlibat. Tujuannya adalah untuk memahami permasalahan utama yang dihadapi dalam operasional bisnis, manajemen, dan pemasaran digital. Selain itu, penilaian terhadap kapasitas teknologi yang sudah ada pada UMKM juga akan dilakukan untuk menentukan solusi yang paling relevan. Pada akhirnya diperoleh 21 UMKM yang menjadi mitra PkM.

2. Tahap Penyusunan Materi Pelatihan (Minggu 3-4)

Setelah analisis kebutuhan selesai, tim pengabdian menyusun materi pelatihan berbasis teknologi untuk UMKM. Materi ini mencakup pengenalan sistem manajemen bisnis berbasis aplikasi, pemasaran digital (SEO, e-commerce, media sosial), dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan. Pelatihan akan disesuaikan dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan masing-masing UMKM.

3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan (Minggu 5-10)

Pelatihan akan dilakukan secara bertahap, melibatkan sesi teori dan praktikum. Pelatihan ini akan berfokus pada penggunaan aplikasi manajemen bisnis dan pemasaran digital. Selain itu, mahasiswa akan mendampingi UMKM dalam menerapkan teknologi yang telah dipelajari, memberikan konsultasi secara langsung dalam penerapan di lapangan.

4. Evaluasi dan Monitoring Implementasi (Minggu 11-12)

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan untuk menilai sejauh mana UMKM telah mampu mengimplementasikan teknologi yang telah diajarkan. Proses monitoring ini mencakup evaluasi kinerja UMKM dalam menggunakan aplikasi manajemen bisnis, efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan, serta kemajuan mereka dalam mengambil keputusan berbasis data.

5. Puncak Kegiatan: Bazar Expo UMKM (Minggu 13)

Puncak kegiatan ini adalah mahasiswa yang telah mendampingi UMKM akan menampilkan hasil binaan mereka dalam bentuk bazar expo produk UMKM. Kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang pameran dan kompetisi, tetapi juga media untuk menunjukkan keberhasilan program dalam mendukung pemberdayaan UMKM berbasis teknologi.

UMKM bersedia mendapatkan pendampingan berkaitan dengan pengembangan usaha berbasis teknologi dan produk dari UMKM akan mengikuti bazar expo pada acara puncak *Hi-Techpreneurship* di PCR. Evaluasi dalam kegiatan ini akan digali oleh tim pelaksana dalam bentuk pengisian kuesioner kepuasan baik itu tahapan pendampingan dan juga implementasi teknologi pada UMKM. Selanjutnya, hasil rekap evaluasi akan ditindak lanjuti melalui rapat tim pelaksana PkM.

Adapun peran dan tugas dari masing-masing anggota tim adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Peran dan Tugas Tim PKM

No	Peran	Tugas	Kompetensi
1	Ketua Tim	Koordinasi antara mitra dan tim	Kewirausahaan
2	Anggota 1	Koordinasi Materi, Koordinasi dengan mahasiswa	Kewirausahaan
3	Anggota 2	Koordinasi Materi, Koordinasi dengan mahasiswa	Sistem Informasi
4	Anggota 3	Koordinasi dengan mahasiswa, persiapan surat mitra ke UMKM	Sistem Informasi
5	Tim Mahasiswa	Persiapan pelaksanaan kegiatan	Pengelola media HIMASISTIFO

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat dalam bentuk pendampingan dan pemberdayaan UMKM dalam mata kuliah Technopreneurship telah dilaksanakan pada:

Hari/Tgl: : Jumat, 16 Mei 2025
Waktu : 07.00-12.00 WIB
Tempat : Main Hall Politeknik Caltex Riau
Jumlah Peserta : 120 Mahasiswa dan 4 pendamping

Kegiatan *Hi-Technopreneurship* 2025 dilaksanakan dengan tujuan untuk memberikan pendampingan dan dukungan strategis kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan aspek usaha yang relevan di era digital. Pendampingan dilakukan oleh mahasiswa dan dosen, dengan fokus pada transformasi digital, penguatan branding, dan peningkatan kapasitas bisnis. Sebanyak 21 pelaku UMKM dari berbagai jenis usaha, baik produk maupun jasa, berpartisipasi dalam program ini. Mayoritas UMKM yang tergabung telah menjalankan usahanya lebih dari 1 tahun dan memiliki karyawan antara 1– 5 orang. Pendampingan berlangsung selama beberapa minggu dengan tahapan kegiatan mulai dari asesmen kebutuhan, pemberian materi, diskusi intensif, hingga pelaksanaan expo sebagai output akhir dari program. Kegiatan pendampingan dilakukan secara terstruktur. Setiap mahasiswa bertugas untuk memahami kebutuhan spesifik UMKM yang didampinginya. Langkah awal dimulai dengan identifikasi masalah dan tantangan yang dihadapi UMKM, dilanjutkan dengan perancangan solusi. Fokus utama kegiatan meliputi:

1. Promosi dan pemasaran digital
2. Digitalisasi usaha (media sosial, katalog, logo, dsb.)
3. Pengelolaan keuangan sederhana berbasis digital
4. Desain produk dan kemasan
5. Riset pasar

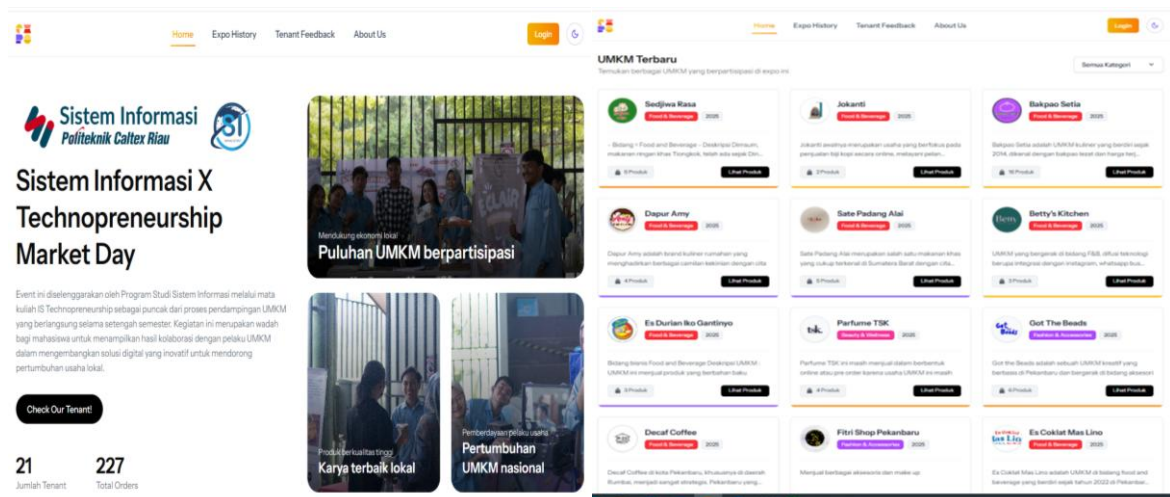
Pendampingan dilaksanakan dengan pendekatan kolaboratif. Mahasiswa berperan aktif sebagai mitra diskusi sekaligus fasilitator implementasi solusi yang disepakati bersama pelaku UMKM.



Gambar 3. Mahasiswa Melakukan Pendampingan UMKM

Hasil pendampingan ini telah diimplementasi dengan penerapan berbagai teknologi diantaranya merancang Solusi digital yang berguna untuk pengembangan bisnis UMKM diantaranya:

1. Penggunaan WhatsApp Business
2. Pembuatan akun tiktok untuk konten promosi produk
3. Pembuatan QRIS sebagai alat bantu transaksi
4. Buku panduan (guidebook) berisi Langkah-langkah praktisi dalam menggunakan platform digital.
5. Kegiatan Expo bazar UMKM dari produk produk hasil pendampingan
6. Pembuatan Web untuk penjualam produk UMKM <https://techno.si.pcr.ac.id/>



Gambar 4. Tampilan Halaman Website HI-TECHNOPRENEUR

Para pengunjung juga mengakses website resmi UMKM binaan melalui perangkat digital mereka untuk melihat informasi produk secara lebih lengkap serta melakukan pemesanan secara online. Fitur ini memberikan kemudahan bagi pengunjung yang ingin bertransaksi secara praktis dan fleksibel, sekaligus menunjukkan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pemasaran produk UMKM.



Gambar 5. Pengunjung Mengakses Website UMKM untuk membeli produk online

Menjelang dimulainya acara expo, para mahasiswa bersama UMKM binaan secara aktif bekerja sama dalam menata *booth* masing-masing. Mereka saling berkolaborasi untuk mendekorasi stan, mengatur tampilan produk dengan menarik, serta memastikan seluruh elemen visual mampu merepresentasikan identitas dan keunikan produk yang ditampilkan kepada pengunjung



Gambar 6. Persiapan Stand UMKM oleh Mahasiswa dan Mitra

Pengunjung mendatangi stan-stan UMKM untuk melihat secara langsung produk-produk yang dipamerkan, melakukan interaksi dengan penjaga stan, serta melakukan pembelian produk sebagai bentuk dukungan terhadap usaha para pelaku UMKM binaan.

Setelah seluruh rangkaian acara expo selesai dilaksanakan, kegiatan ditutup dengan sesi foto bersama yang melibatkan mahasiswa, pelaku UMKM binaan, serta dosen pembimbing. Momen ini menjadi simbol kebersamaan dan kolaborasi yang telah terjalin selama program berlangsung, sekaligus menjadi dokumentasi penting atas keberhasilan pelaksanaan program Hi-Technopreneur secara keseluruhan.

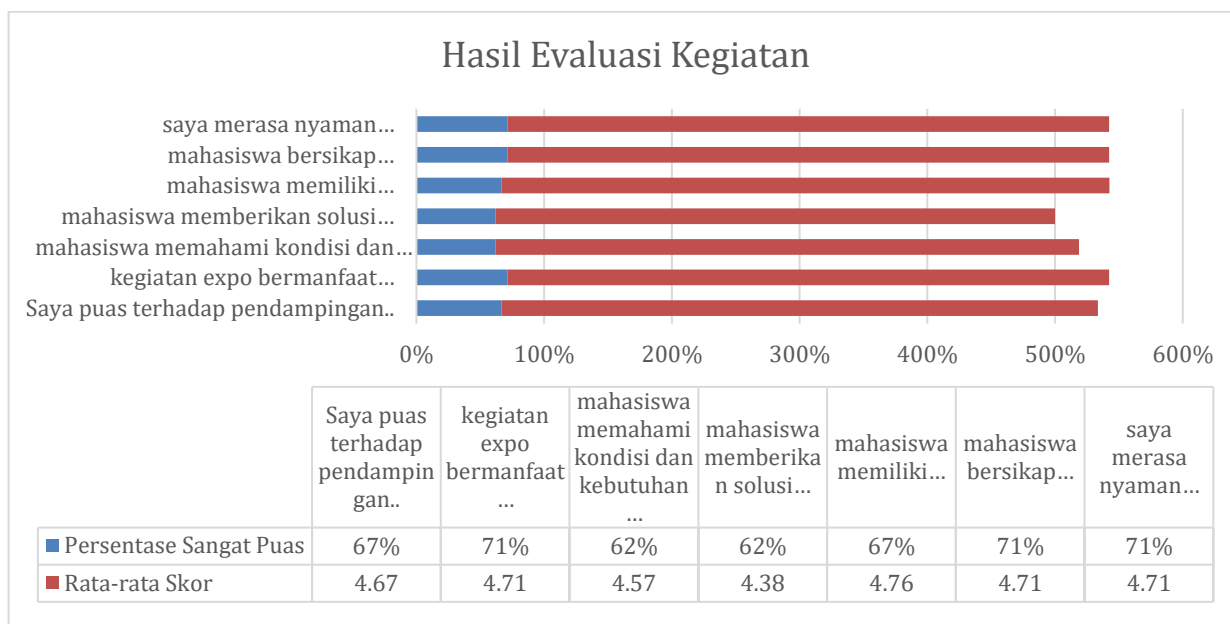


Gambar 7. Foto Bersama Mahasiswa, UMKM, dan Dosen

Kegiatan expo mendapat tanggapan sangat positif dari peserta. Mereka merasakan manfaat besar, terutama dalam aspek promosi usaha secara langsung kepada masyarakat luas.

Setelah pelaksanaan, tim pelaksana mengadakan evaluasi dan menggali temuan dari kegiatan pengabdian masyarakat dengan diantaranya mengevaluasi masukan dari peserta yang disampaikan melalui kuesioner yang disebar dengan menggunakan google form <https://forms.gle/mc5hDqeRh3MKgumR7>

Temuan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian Masyarakat yang digali melalui evaluasi berbasis kuesioner ditampilkan dalam bentuk grafik. Berikut adalah rangkuman hasil evaluasi dari 21 responden dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 8. Hasil olah data feedback evaluasi kegiatan Hi-Technopreneur

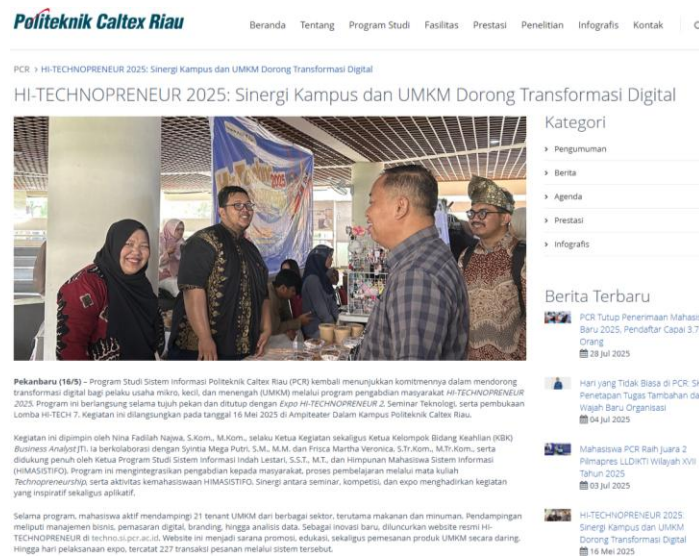
Sebanyak 71.4% UMKM menyatakan telah mengalami perubahan positif setelah mengikuti kegiatan ini. Sementara 61,9% menyatakan bersedia mengikuti program serupa di masa depan, dan 71,4% kegiatan expo ini bermanfaat untuk promosi usaha UMKM. Peserta memberikan beberapa masukan konstruktif untuk peningkatan kualitas program di masa mendatang:

1. Perlu penambahan waktu pendampingan agar materi lebih dalam
2. Expo dapat diperpanjang agar jangkauan promosi lebih luas
3. Perlu stand expo yang lebih memadai, bahkan jika berbayar

4. Pendampingan sebaiknya lebih terarah sesuai kebutuhan spesifik UMKM
5. Ingin keterlibatan lebih aktif dari mahasiswa dalam proses promosi
6. Perlu integrasi lebih lanjut dengan platform digital
7. Mengharapkan adanya inovasi baru pada program berikutnya

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, diperoleh bahwa kualitas pelaksanaan program telah memuaskan, baik dari sisi materi, metode pendampingan, maupun interaksi antarpihak. Ke depan, program ini dapat terus dikembangkan dengan peningkatan durasi, integrasi teknologi yang lebih luas, serta pemilihan platform yang tepat untuk meningkatkan daya saing UMKM binaan.

Selain itu Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah dilaksanakan juga dipublikasinya melalui media situs resmi Politeknik Caltex Riau seperti pada gambar berikut :



Gambar 9. Publikasi pada media situs resmi Politeknik Caltex Riau

Selain publikasi melalui situs resmi Politeknik Caltex Riau, publikasi juga dilakukan melalui media sosial Instagram resmi Program Studi Sistem Informasi, Politeknik Caltex Riau yang berkolaborasi dengan akun Instagram Himasistifo seperti terlihat pada gambar berikut ini:



<https://www.instagram.com/p/DJrY9I2TOzj/>

Gambar 10. Media sosial Instagram Himasistifo

Hasil implementasi manajemen bisnis berbasis teknologi memberikan dampak transformatif terhadap efisiensi operasional UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa waktu proses operasional harian dapat dipersingkat, kemudian pengelolaan manajemen keuangan bagi UMKM mengalami perbaikan dengan sistem pencatatan yang lebih terstruktur. Sedangkan hasil dari pemasaran digital yang dilakukan adalah implementasi strategi pemasaran digital menghasilkan ekspansi jangkauan pasar yang luar biasa. UMKM yang sebelumnya hanya beroperasi di 1 kota berhasil memperluas jangkauan ke beberapa kota dengan menggunakan website HI-Technopreneur. Performance digital marketing menunjukkan hasil yang menggembirakan dengan peningkatan partisipasi pembelian pada bazar expo Hi-Technopreneur yang telah dilaksanakan. Program Hi-Technopreneur telah berhasil membuktikan bahwa integrasi teknologi informasi dalam tiga pilar utama - manajemen bisnis, pemasaran digital, dan pengambilan keputusan berbasis data - menghasilkan transformasi signifikan dalam produktivitas dan daya saing UMKM.

4. Kesimpulan

Pengabdian Kepada Masyarakat ini Adalah kegiatan pendampingan kepada UMKM selama perkuliahan Technopreneurship berlangsung. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan digital bisnis, implementasi teknologi, dan membantu meningkatkan bisnis UMKM secara nyata. Jumlah mahasiswa yang melakukan pendampingan kepada UMKM berjumlah 120 mahasiswa dan 21 UMKM yang terlibat. Hasil survei menunjukkan hasil yang positif dari pelaku UMKM. Sebanyak 71.4% pendampingan ini sangat bermanfaat dan pelaku UMKM merasa puas dengan pendampingan implementasi teknologi bisnis dan Expo bazar UMKM yang telah dilaksanakan. Kegiatan ini diharapkan bisa mengimplementasikan teori kewirausahaan yang di dapat mahasiswa dengan yang ada pada dunia bisnis sesungguhnya. Kegiatan ini juga merupakan ruang bagi mahasiswa dalam membantu proses pengembangan bisnis skala kecil serta memahami tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam dunia nyata.

Ucapan Terima Kasih

Pertama ucapan Syukur kepada Allah SWT yang mana atas izin dan Rahmat karunianya, kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terselenggara dengan baik dan lancar. Terimakasih kepada Politeknik Caltex Riau yang memberikan pendanaan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Terimakasih juga kepada mitra UMKM yang terlibat dalam kegiatan *Hi-Technopreneurship* yang telah bekerja sama dalam mengembangkan dan memajukan bisnis UMKM. Terimakasih juga kepada dosen pengampu mata kuliah technopreneurship Ibu Nina Fadila Najwa, Indah Lestari, Syintia Mega Putri, dan Frisca Martha Veronica serta seluruh mahasiswa sistem informasi G21 Politeknik Caltex Riau. Kami sampaikan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah terlibat dalam kegiatan ini. Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan dapat diterapkan seterusnya pada UMKM sesuai dengan bidang masing-masing.

Daftar Pustaka

- [1] Y. A. Hapsari, P. Apriyanti, A. Hermiyanto, and F. Rozi, "Analisa peran UMKM terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia," *J. Ekon. Bisnis*, no. 4, 2024.
- [2] I. Rahmawati and B. Santosa, "Strategi pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal dalam pengabdian masyarakat," *J. Ilm. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 55–62, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.56327/jurnalpkm.v3i4.53>
- [3] L. P. Kembang, A. Kalbuadi, L. D. Samsumar, and Z. Zaenudin, "Optimalisasi praktik manajemen pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital di kalangan UMKM Desa Penujak, Lombok Tengah," *SEMAR J. Sos. dan Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 59–71, 2023, doi: 10.59966/semar.v1i02.436.
- [4] I. Lestari and R. A. Saputra, "Implementasi user centered design untuk rancang sistem sales force automation UMKM Dapur Amy," in *Proc. SNTIKI Semin. Nas. Teknol. Inf. Komun. dan Ind.*, 2022.

- [5] S. Mahasri, "Pengaruh perkembangan teknologi informasi terhadap bidang akuntansi manajemen," *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 2, no. 2, pp. 127–137, 2019. [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15673>
- [6] J. -, N. Arfan, H. -, and H. Ali Hasan, "Penerapan digital marketing dalam upaya peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah," *ILTIZAM J. Syariah Econ. Res.*, vol. 6, no. 2, pp. 212–224, 2022, doi: 10.30631/iltizam.v6i2.1452.
- [7] R. A. Himarosa, Krisdiyanto, and P. A. Wardana, "Pemberdayaan UMKM melalui inovasi marketing berbasis teknologi informasi," *PengabdianMu J. Ilm. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 7, no. 6, pp. 774–781, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i6.4099>
- [8] R. A. Himarosa, M. B. N. Rahman, R. Nuryani, and F. Sofyantoro, "Developing digital platform to increase the sales of MSME in Kalakijo, Bantul, Yogyakarta," *Community Empowerment*, vol. 7, no. 9, pp. 1639–1645, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.31603/ce.7163>
- [9] L. Soelaiman and A. R. Utami, "Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi media sosial Instagram dan dampaknya terhadap kinerja UMKM," *J. Muara Ilmu Ekon. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 124–133, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11104>
- [10] H. R. Yuliantoro, H. Arifulsyah, M. P. Zifi, F. Ali, and I. M. Arifin, "Edukasi kewirausahaan melalui pengenalan bisnis kopi untuk siswa MTs Ash-Shiddiq Pekanbaru," *JITER-PM (J. Inov. Terap. - Pengabdi. Masy.)*, vol. 2, no. 2, pp. 9–17, Jun. 2024, doi: 10.35143/jiter-pm.v2i2.6271.
- [11] M. E. Atmojo and M. P. Kusumo, "Pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi," *Dinamisia J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 2, pp. 378–385, 2022. [Online]. Available: <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8214>