

Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Mitra Binaan

PT Pupuk Kalimantan Timur (PKT) Bontang

Oleh

Dian Irma Aprianti¹, Novel Reonald², Nayla Salsabila³

Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

dianirma@uwgm.ac.id

Abstract

Amidst the rapid digital transformation, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are required to adapt to modern marketing strategies to compete in the market. However, obstacles such as a lack of technological understanding and budget constraints often pose major barriers. As a concrete manifestation of its corporate social responsibility (CSR) and contribution to community empowerment, PT Pupuk Kalimantan Timur (PKT) Bontang is conducting a community service program in the form of Digital Marketing Training and Mentoring for its MSME Partners. This comprehensive program is designed to provide practical, measurable, and sustainable solutions to improve the digital capacity of MSMEs. Through an intensive training approach, action plan development workshops, and one-month implementation mentoring, MSMEs are encouraged to optimize their digital marketing potential in a cost-effective manner.

Keywords: Training, Mentoring, MSMEs, Digital Marketing, PKT Bontang, Community Service.

Abstrak

Di tengah pesatnya transformasi digital, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk mampu beradaptasi dengan strategi pemasaran modern agar dapat bersaing di pasar. Namun, kendala seperti kurangnya pemahaman teknologi dan keterbatasan anggaran sering menjadi hambatan utama. Sebagai wujud nyata tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan kontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat, PT Pupuk Kalimantan Timur (PKT) Bontang menyelenggarakan program pengabdian masyarakat berupa Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Mitra Binaannya. Program ini dirancang secara komprehensif untuk memberikan solusi praktis, terukur, dan berkelanjutan dalam meningkatkan kapasitas digital para pelaku UMKM. Melalui pendekatan pelatihan intensif, workshop penyusunan rencana aksi, serta pendampingan implementasi selama satu bulan, UMKM diajak untuk mengoptimalkan potensi pemasaran digital dengan biaya yang efisien.

Kata Kunci: Pelatihan, Pendampingan, UMKM, Digital Marketing, PKT Bontang, Pengabdian Masyarakat.

1. Pendahuluan

Latar Belakang dan Tujuan

Era digital menuntut UMKM untuk mengadopsi strategi pemasaran modern guna tetap kompetitif. Namun, minimnya pemahaman teknologi dan keterbatasan finansial sering menjadi penghambat utama. Program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk mengatasi tantangan tersebut melalui pelatihan dan pendampingan komprehensif tentang strategi pemasaran digital yang efektif dan efisien. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan intensif, workshop penyusunan rencana aksi, serta pendampingan implementasi selama satu bulan. Materi mencakup manajemen media sosial, optimalisasi website dan Google My Business, pembuatan konten kreatif, hingga strategi kolaborasi dengan influencer mikro dan nano. Target luaran program ini antara lain peningkatan kapasitas digital UMKM, peningkatan visibilitas merek, serta pertumbuhan omzet yang terukur.

Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi dan perilaku masyarakat, sehingga kehadiran online menjadi elemen penting dalam keberlanjutan bisnis. Namun, masih banyak UMKM yang belum mampu memanfaatkan peluang ini secara maksimal karena minimnya pengetahuan dan akses terhadap pelatihan yang relevan. Program ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan kompetensi dasar pemasaran digital UMKM mitra binaan PKT.
2. Memberikan pendampingan praktis dalam mengelola platform digital seperti media sosial, website, dan Google My Business.
3. Membangun kesadaran akan pentingnya branding digital dan pengelolaan reputasi online.
4. Mendorong peningkatan visibilitas merek dan pertumbuhan omzet melalui strategi digital yang terukur.

Program pengabdian masyarakat ini memiliki dampak ganda, tidak sekadar meningkatkan kompetensi pemasaran digital UMKM melainkan juga memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian target-target Sustainable Development Goals (SDGs). Fokus kontribusi terletak pada tiga aspek utama: penguatan ekonomi inklusif, penurunan tingkat kesenjangan, dan penerapan model pembangunan berkelanjutan. Melalui pendekatan sistematis dan berkelanjutan, program ini diharapkan mampu menjadi pendorong pertumbuhan UMKM dalam menghadapi tantangan era digital, sekaligus mendorong terwujudnya agenda pembangunan global.

Metode Pelaksanaan

Program ini menggunakan pendekatan hybrid (luring dan daring) dengan metode kolaboratif dan berbasis pengalaman nyata. Beberapa kegiatan utama meliputi:

Pelatihan Konsep Dasar Pemasaran Digital

1. Workshop pengenalan prinsip-prinsip pemasaran digital.
2. Perbandingan strategi konvensional vs. digital.
3. Studi kasus sukses UMKM yang telah bertransformasi digital.
4. Penyediaan modul pembelajaran yang mudah dipahami.

Pelatihan Kombinasi Luring dan Daring

1. Sesi tatap muka dengan rasio mentor dan peserta 1:15.
2. Praktik langsung menggunakan perangkat peserta.
3. Bimbingan daring berkelanjutan melalui grup percakapan, video panduan, dan forum diskusi virtual.

Pembelajaran Kolaboratif dan Praktis

1. Pelatihan berbasis studi kasus usaha peserta.
2. Simulasi pengembangan konten dan strategi digital.
3. Praktik langsung pengelolaan media sosial dan platform digital lainnya.

Materi Pelatihan

Materi yang disampaikan mencakup:

1. Manajemen media sosial (Instagram, Facebook, TikTok).
2. Optimalisasi website dan Google My Business.
3. Pembuatan konten kreatif dan menarik.
4. Strategi kolaborasi dengan mikro dan nano influencer.
5. Analisis sederhana performa digital menggunakan tools gratis.

Hasil yang Diharapkan

Program ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata bagi UMKM mitra binaan PKT, antara lain:

1. Peningkatan pemahaman dan keterampilan digital.
2. Terbentuknya rencana aksi pemasaran digital yang siap diimplementasikan.
3. Meningkatnya visibilitas merek dan interaksi dengan konsumen.
4. Pertumbuhan penjualan dan omzet yang dapat diukur.
5. Terjalannya jaringan kolaborasi antar-UMKM peserta.

Selain itu, program ini juga sejalan dengan pencapaian **Sustainable Development Goals (SDGs)**, khususnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif, mengurangi kesenjangan, dan menerapkan pembangunan berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada 01 Juni – 04 Juni 2025 bertempat di Gedung Serbaguna PT PKT Bontang, yang dihadiri oleh 30 peserta yang berasal dari 2 kelurahan yaitu kelurahan Lok Tuan dan Kelurahan Guntung. Antusiasme peserta sangat dirasakan oleh pemateri dengan aktifnya peserta bertukar pengalaman dan pertanyaan-pertanyaan yang membuat suasana sangat dinamis.

Hasil Kegiatan ini bertujuan untuk mengedukasi para pelaku usaha UMKM sebagai konsistensi dalam melanjutkan usaha umkm. Kegiatan ini berlangsung selama 3 hari. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu mengenalkan bagaimana UMKM mengatur perencanaan Keuangan dengan bijak, meningkatkan UMKM berkolaborasi dengan media sosial untuk meningkatkan profit. Seperti penggunaan web, tiktok, FB dan Instagram, memberikan edukasi terkait dengan pencatatan akuntansi bagi UMKm. Pencatatan keuangan ini dengan menggunakan dua metode yaitu cash basis dan accrual basis, menggambarkan kondisi mana UMKM dalam mengukur produk yang dihasilkan, dengan cara membuat analisis studi kelayakan bisnis, menjelaskan pentingnya pelaporan pajak khususnya untuk UMKM. Dimulai dari kepemilikan NPWP sampai ke pelaporan pajak dari usaha UMKM tersebut.

Kesimpulan

Program Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM mitra binaan PT Pupuk Kalimantan Timur (PKT) Bontang merupakan langkah strategis dalam menyiapkan pelaku usaha lokal menghadapi tantangan era digital. Melalui pendekatan yang sistematis, praktis, dan berkelanjutan, UMKM tidak hanya diberi pengetahuan, tetapi juga didampingi hingga mampu menerapkan strategi digital secara mandiri. Program ini membuktikan komitmen PKT dalam memberdayakan masyarakat sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Saran

Untuk keberlanjutan dan peningkatan kualitas program ke depan, dapat dipertimbangkan beberapa saran berikut:

1. **Evaluasi Berkala**

Melakukan monitoring dan evaluasi secara rutin untuk menilai dampak program dan menyesuaikan materi dengan perkembangan tren digital.

2. **Pendampingan Jangka Panjang**

Memperpanjang masa pendampingan atau membuka konsultasi berkala agar UMKM dapat terus berkembang dan memecahkan masalah baru yang muncul.

3. **Penguatan Jaringan**

Membentuk komunitas digital UMKM binaan PKT sebagai wadah saling berbagi pengalaman, kolaborasi, dan dukungan antaranggota.

4. **Pelatihan Lanjutan**

Menyediakan pelatihan tingkat lanjut seperti analisis data digital, penggunaan paid advertising, atau e-commerce integration.

5. **Dokumentasi dan Diseminasi**

Mendokumentasikan hasil dan kisah sukses peserta untuk menjadi inspirasi dan bahan pembelajaran bagi UMKM lainnya.

Dengan sinergi antara perusahaan, UMKM, dan masyarakat, program pengabdian seperti ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga memperkuat fondasi ekonomi lokal yang berkelanjutan dan inklusif.

Referensi

- [1] Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, *Statistik Koperasi dan UKM 2023*, Jakarta, 2023.
- [2] UNDP Indonesia, *Digitalisasi UMKM: Tantangan dan Peluang di Era Digital*, Laporan Studi, 2023.
- [3] S. A. Nurhayati and D. R. Anam, "Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Omzet UMKM di Jawa Timur," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 12, no. 2, pp. 45–58, 2023.
- [4] R. P. Widodo, "Analisis Faktor Penghambat Adopsi Teknologi Digital pada UMKM," in *Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, Surabaya, 2022, pp. 112–119.
- [5] T. Sutabri and A. R. Prabowo, *Pemasaran Digital untuk UMKM*, 1st ed. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2022.
- [6] Google, *Laporan Perilaku Konsumen Indonesia 2024*, Google Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/id-id/>
- [7] M. F. I. Putra and L. Sari, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 1, pp. 33–47, 2023.
- [8] Badan Pusat Statistik, *Potensi UMKM dalam Mendukung Perekonomian Nasional*, Jakarta, 2023.
- [9] A. S. Komara and B. D. Prasetyo, "Efektivitas Google My Business dalam Meningkatkan Visibilitas UMKM Lokal," *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, vol. 15, no. 3, pp. 210–225, 2023.
- [10] Institut Teknologi Sepuluh Nopember, *Studi Dampak Pelatihan Digital bagi UMKM di Jawa Timur*, Laporan Penelitian, 2024.
- [11] Harvard Business Review, *Why Small Businesses Should Leverage Data Analytics*, 2023. [Online]. Available: <https://hbr.org/2023/05/why-small-businesses-should-leverage-data-analytics>
- [12] D. I. Aprianti, *Presentasi "Pemasaran Digital untuk UMKM: Strategi Efektif dengan Budget Terbatas"*, PKT Bontang, 2024.

DOKUMENTASI

