



Pemberdayaan UMKM Percetakan SMART Melalui Pelatihan Digital Marketing

¹Eva Meilinda, ²Dedi Saputra, ³Sri Murni

^{1,2,3} Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kota Pontianak

eva.emd@bsi.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 14 January 2025 Revised: 3 February 2025 Published: 5 February 2025	<i>This study aims to enhance the capacity of the Smart printing SMEs through digital marketing training to expand market reach and improve competitiveness. With the rapid advancement of technology, SMEs in Indonesia, including the printing sector, face challenges in adapting to digitalization, which can increase marketing and sales efficiency. The training focuses on introducing digital marketing tools and strategies, such as social media utilization, search engine optimization (SEO), and digital advertising on platforms like Facebook, Instagram, and Google Ads. The training method combines hands-on practice and case studies, ensuring participants can directly apply the knowledge learned. The expected outcomes of this activity include improved digital marketing skills among the printing SME owners, which will lead to increased sales, market expansion, and operational efficiency. Therefore, this training not only imparts knowledge but also empowers SMEs to become more independent and competitive in an increasingly digital market. This activity is expected to serve as a model for the development of other SMEs in sectors that require similar digital transformation.</i>
Keywords writing instructions; komunita journal;	

Informasi Artikel	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 14 Januari 2025 Direvisi: 3 Februari 2025 Dipublikasi: 5 februari 2025	Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM percetakan Smart melalui pelatihan digital marketing, guna memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing. Seiring dengan perkembangan teknologi, UMKM di Indonesia, termasuk sektor percetakan, menghadapi tantangan dalam beradaptasi dengan digitalisasi yang dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan penjualan. Pelatihan ini difokuskan pada pengenalan alat dan strategi digital marketing, seperti pemanfaatan media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), serta periklanan digital menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, dan Google Ads. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan praktek langsung dan studi kasus, dengan tujuan agar peserta dapat langsung mengimplementasikan materi yang diajarkan. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan keterampilan digital marketing pada pelaku UMKM percetakan, yang akan berdampak pada peningkatan penjualan, ekspansi pasar, serta peningkatan efisiensi operasional. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memberdayakan UMKM untuk lebih mandiri dan berkompetisi di pasar yang semakin berbasis digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model
Kata kunci Petunjuk penulisan; Jurnal komunita;	

pengembangan UMKM di sektor lain yang membutuhkan transformasi digital serupa.

PENDAHULUAN

Maraknya era digital saat ini tercermin dari perubahan paradigma masyarakat, yaitu dalam hal komunikasi dan ketersediaan waktu untuk menyelesaikan tugas. Pepatah “menjauhkan yang dekat, mendekatkan yang jauh” membuat masyarakat menggunakan berbagai saluran komunikasi yang sederhana dan efektif, seperti media sosial (Saputra et al., 2022).

Percetakan SMArt merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa percetakan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, peluang untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke pasar global semakin terbuka lebar. Namun, untuk dapat bersaing di pasar global, diperlukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien, salah satunya adalah melalui digital marketing (Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, 2020).

Dalam kehidupan sehari-hari, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu (a) Akses Terbatas ke Pasar Global, dalam hal ini UMKM di Indonesia pada umumnya memiliki jangkauan pasar yang terbatas. Kebanyakan dari mereka hanya mampu melayani pasar lokal atau domestik, sementara peluang di pasar global masih belum banyak tergarap. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk keterbatasan sumber daya, pengetahuan tentang pasar internasional, serta keterbatasan dalam hal jaringan dan koneksi global. (b) Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan Digital yang berarti digitalisasi telah membawa perubahan besar dalam cara bisnis dijalankan di seluruh dunia. Namun, banyak UMKM di Indonesia yang masih belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Mereka sering kali tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif. Hal ini menyebabkan mereka kehilangan peluang untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. (c) Keterbatasan Sumber Daya, UMKM sering kali dihadapkan pada keterbatasan sumber daya, baik itu sumber daya manusia, finansial, maupun teknologi. Kurangnya akses terhadap pembiayaan yang memadai membuat banyak UMKM kesulitan untuk berinvestasi dalam teknologi dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung digital marketing (Purwanto, 2020). Selain itu, keterbatasan dalam hal tenaga kerja yang terampil juga menjadi kendala dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif (Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, 2021).

Berdasarkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka perlu dilaksanakan pelatihan digital marketing. Pelatihan digital marketing yang dilakukan dalam pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM percetakan *Smart* agar dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan efisiensi pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing mereka.

METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan PKM ini adalah metode pelatihan, dengan memberikan pelatihan kepada UMKM Percetakan SMArt, dimana pelatihan diberikan dua kali seminggu, yakni setiap hari Sabtu dan Minggu agar tidak mengganggu kegiatan masyarakat. Selain itu berikut langkah-langkah metode pelaksanaan yang dilakukan oleh tim PKM dalam menyelesaikan permasalahan pada percetakan smart yaitu :

1. Tahap persiapan

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang bergerak dibidang percetakan yaitu “Percetakan SMArt” dan mengajukan perijinan

untuk melakukan kegiatan pelatihan pada mitra. Selanjutnya melakukan persiapan untuk pelatihan dengan membuat materi pelatihan digital marketing, melakukan pelatihan penyusunan laporan keuangan secara tatap muka dan virtual melalui aplikasi zoom dalam upaya mengembangkan usaha, membuat soal tes dan kuesioner untuk mengetahui respon dari peserta pelatihan (Awali, 2020).

2. Tahap pelaksanaan

Tahap 1 : Pembuatan Modul Pelatihan

Pembuatan modul dilakukan sesuai dengan kebutuhan mitra, sehingga diperoleh materi yang mudah untuk dipahami oleh mitra. Pembuatan modul pelatihan ini juga menyesuaikan dengan keinginan mitra.

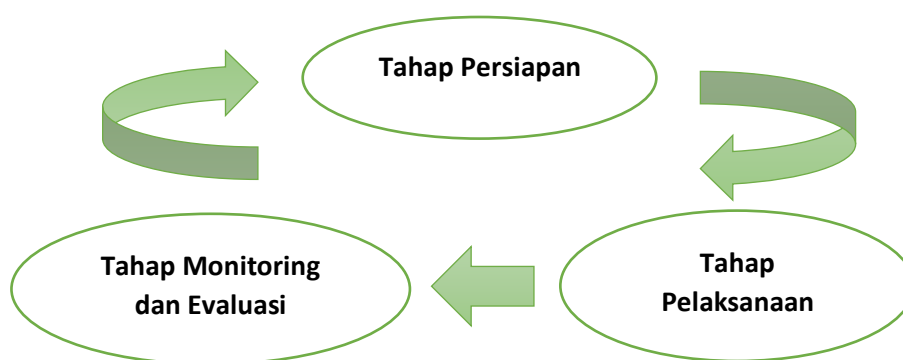
Tahap 2 : Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dari mitra supaya mempunyai mental yang kuat dalam menjalankan saha, mampu menggunakan kemajuan teknologi, serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajerial yang sesuai dengan tuntutan lingkungan bisnis (Mastuti et al., 2023). Pelatihan ini juga dijadikan ajang diskusi antara tim pengusul dengan mitra, sehingga selalu dilakukan perbaikan, pembaruan dan lain sebagainya. Pelatihan dilaksanakan dengan metode tatap muka dan jika tidak memungkinkan dapat dilakukan secara virtual melalui aplikasi zoom.

3. Tahap monitoring dan evaluasi

Pada tahap monitoring, tim pengusul melakukannya tidak hanya pada saat pelaksanaan kegiatan berlangsung, namun juga dilakukan pasca kegiatan terutama memastikan penggunaan website yang telah dibuat berjalan dengan baik. Untuk tahap evaluasi, ini dilakukan dengan menyerahkan kuesioner evaluasi yang harus diisi oleh mitra untuk mengetahui seberapa besar peningkatan kemampuan mitra setelah dilakukan pelatihan (Supriyanto, A., & Chikmah, 2023). Selain itu, mitra juga harus mengisi kuesioner pelatihan untuk mengetahui bagaimana respon dari peserta pelatihan. Tahapan ini dilaksanakan dengan metode tatap muka.

Adapun metode pelaksanaan yang kami lakukan tergambar melalui diagram di bawah ini :



Gambar 1. Diagram Metode PKM

PEMBAHASAN

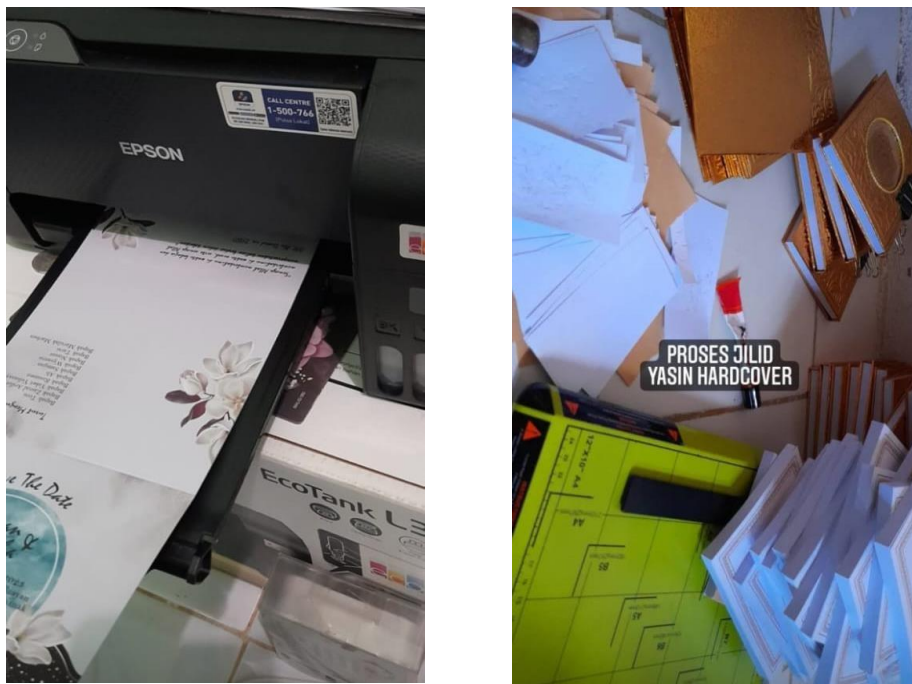
1. Analisis Situasi

Pengelolaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang Profesional dan mandiri dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat serta peran bantuan modal dari berbagai pihak termasuk peran pemerintah maupun perbankan dengan memberikan bunga yang sangat rendah dan terjangkau serta program pendampingan

dari berbagai pihak yang peduli terhadap perkembangan kapasitas UMKM tersebut (Widiyanto, 2023).

Kota Pontianak merupakan kota yang terkena dampak tropisme dengan udara dan kelembaban yang tinggi, terlihat dari peta geospasial yang dilalui oleh garis Khatulistiwa (Purwanto, 2020). Inisiatif “Pengabdian Kepada Masyarakat” kali ini dimulai dengan memberikan materi edukasi kepada peserta untuk meningkatkan kesadaran generasi mereka akan penggunaan teknologi. Untuk memahami bagaimana teknologi digunakan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di ruang kelas, dan bagaimana teknologi dapat diubah menjadi tempat untuk melakukan bisnis, siswa harus memahami implikasinya (Sari et al., 2019). Dibidang usaha Mikro, salah satu alternatif yang dilakukan oleh masyarakat dalam rangka menciptakan lapangan pekerjaan serta membantu mengembangkan usaha rumahan yaitu adanya program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM). Pelaksanaan PKM ini dilaksanakan di Percetakan SMARt dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang. Percetakan ini memproduksi segala macam yang berhubungan dengan hasil cetakan seperti berbagai macam undangan, yasin, buku dan lainnya.

Berikut ini beberapa dokumentasi proses produksi dan contoh produk yang dihasilkan oleh Percetakan SMARt :



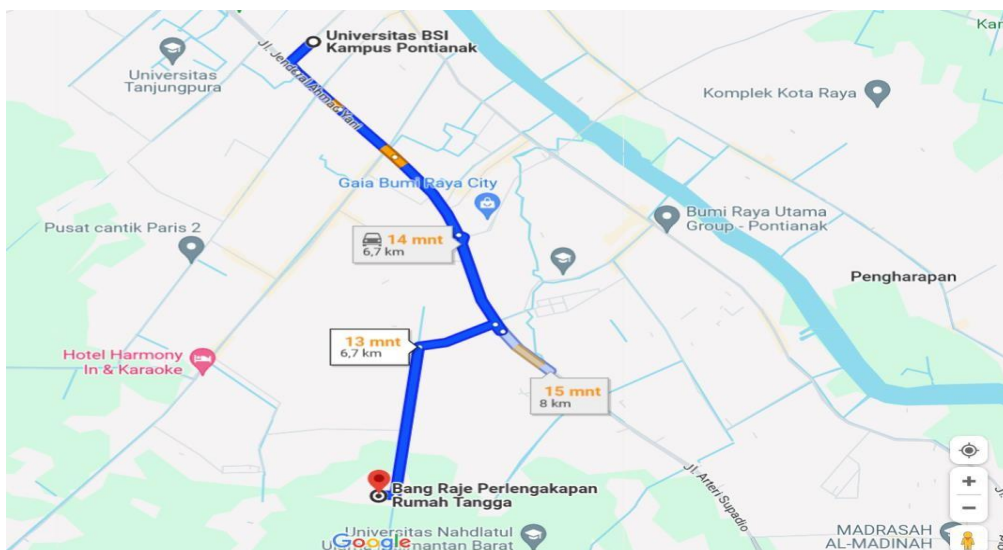
Gambar 2. Proses produksi



Gambar 3. Contoh Hasil Produksi

2. Peta Lokasi Mitra

Jarak antara lokasi mitra sasaran yaitu UMKM yang bergerak di bidang jasa percetakan yaitu “Percetakan SMARt” yang beralamat di Jln. Parit H. Muksin I Komplek Mega Mas No. C- 50 Desa Sungai Raya, Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Kubu Raya dengan Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kota Pontianak yang beralamat di Jl. Abdul Rahman Saleh No.18, Bangka Belitung Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak adalah 6,7 Km dengan waktu tempuh kendaraan sekitar 14 menit (sumber:google maps).



Gambar 5. Peta Lokasi Mitra

3. Permasalahan Mitra

Kelemahan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran (7).

Berikut permasalahan mitra dalam program ini yang setelah dilakukan *survey* dan disepakati oleh Mitra:

- a. **Keterbatasan Pengetahuan dan Sumber Daya:** Banyak UMKM percetakan, termasuk SMArt, yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan iklan cetak. Kurangnya pengetahuan dan sumber daya untuk mengimplementasikan strategi digital marketing yang efektif menyebabkan mereka sulit untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan lebih maju secara teknologi. Kurangnya pengetahuan dalam mengelola dan mengembangkan usahanya terutama tentang manajemen keuangan.
- b. **Perubahan Perilaku Konsumen:** Dengan perkembangan teknologi digital, perilaku konsumen mengalami perubahan signifikan. Konsumen semakin banyak beralih ke platform online untuk mencari informasi dan melakukan pembelian. UMKM percetakan yang tidak mengikuti tren ini berisiko kehilangan pangsa pasar yang besar.
- c. **Tantangan Teknologi:** Adopsi teknologi baru sering kali menjadi tantangan bagi UMKM karena keterbatasan dana, tenaga kerja terampil, dan akses terhadap pelatihan yang relevan. Tanpa dukungan dan panduan yang memadai, UMKM percetakan kesulitan dalam mengembangkan dan menerapkan strategi digital marketing.

4. Solusi

Dari beberapa permasalahan yang teridentifikasi dalam program ini, beberapa konsep untuk dijadikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh Percetakan SMArt tersebut, antara lain:

Tabel 1. Solusi dan rencana target capaian

Solusi	Target Capaian
Melakukan pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan beberapa platform pemasaran. Platform digital digunakan sebagai sarana atau alat komunikasi dan memanfaatkan AI dalam pembuatan konten-konten yang dibutuhkan.	<ol style="list-style-type: none">1. Kemampuan mitra meningkat 99% dalam memanfaatkan salah satu platform digital sebagai media pemasaran2. Kemampuan mitra juga meningkat 99% dalam memasarkan produk-produknya dan dapat dengan mudah menyasar target melalui sosial media.

HASIL

Dari beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra kemudian solusi yang sudah ditawarkan serta dilakukan oleh tim PKM maka terlihat beberapa hasil yang telah dicapai dan digambarkan dengan dengan tabel dibawah ini.

Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
1. Mitra belum menguasai dan memahami dasar digital marketing	1. Mitra paham dan menguasai konsep digital marketing.

-
- sehingga belum dapat menerapkannya.
2. Mitra belum memanfaatkan beberapa platform digital yang seharusnya dapat dengan mudah untuk digunakan.
 2. Mitra menerapkan konsep digital marketing dengan mulai memanfaatkan beberapa platform penjualan online.
 3. Penjualan meningkat 45% dari sebelum menggunakan platform penjualan online
-



Gambar 4. Pelaksanaan PkM

KESIMPULAN

Dalam kesempatan ini, ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik, yaitu kondisi mitra saat ini adalah sangat tergantung pada pemesanan yang dilakukan secara konvensional yaitu melalui telepon seluler, karena belum adanya platform pemasaran pendukung yang dimanfaatkan oleh mitra, selain itu mitra belum dapat memanfaatkan beberapa platform pemasaran yang seharusnya dapat digunakan karena tidak memiliki SDM yang memadai dalam pengelolaan dan penggunaan platform pemasaran. Dengan adanya pelatihan yang

diberikan oleh tim pengusul, mitra menjadi memiliki pengetahuan dalam penggunaan platform dan dapat dimanfaatkan dengan baik serta dengan pelatihan ini juga, mitra dapat lebih memahami batas pentingnya pemanfaatan pemasaran secara digital dengan harapan dapat menaikkan angka pemesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 88–92.
- Awali, H. (2020). URGENSI PEMANFAATAN E-MARKETING PADA KEBERLANGSUNGAN UMKM DI KOTA PEKALONGAN DI TENGAH DAMPAK COVID-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- Justitia, A., Werdiningsih, I., Effendy, F., & Taufik, T. (2021). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital. *Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat*, 60–72.
- Mastuti, D. N., T.D.K.W, Y., Rahayu, B. S., & Santosa, J. (2023). Implementasi Pemasaran Digital Dan Aplikasi Akuntansi Di Pusat Informasi Konseling Remaja Banjarsari. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 25–34. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1593>
- Purwanto, A. (2020, September). *Potret dan Tantangan UMKM di Indonesia*.
- Saputra, D., Jayanti, W. E., Meilinda, E., & Dharmawan, W. S. (2022). Pelatihan Keterampilan Content Creator Bagi Anak Asuh Panti Asuhan Ahmad Yani Pontianak. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 172–182. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v2i2.1099>
- Sari, E. P., Wahyuni, A., & Narti. (2019). Sistem Informasi Sekolah Berbasis Web. *Indonesian Journal on Software Engineering*.
- Supriyanto, A., & Chikmah, I. F. (2023). *Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee : Menguntungkan yang Mana*.
- Widiyanto, W. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi. *Musamus Journal of Economics Development*, 6(01), 31–37. <https://doi.org/10.35724/feb.v6i01.6102>