

Pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing di UD FF Tirta Jakarta Timur

Albertus Maria Setyastanto¹, Ahmad Nizar², Ari Wahyu Leksono³

^{1,2,3}Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

*setyastantoalbertus@yahoo.co.id¹, nizarbwi@gmail.com², arilordw@gmail.com³

Article History:

Received: 20 Apr 2025

Revised: 30 Mei 2025

Accepted: 23 Jun 2025

Keywords: pendampingan, pelatihan, digital marketing, UD FF Tirta

Abstract: Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar melalui strategi pemasaran digital. Namun, banyak UKM yang masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan digital marketing akibat keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan digital marketing kepada UD FF Tirta, sebuah agen distributor air galon di Jakarta Timur. Program pelatihan mencakup pengenalan strategi digital marketing, pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business), pembuatan konten pemasaran yang menarik, serta optimalisasi marketplace dan platform digital lainnya. Metode pelaksanaan meliputi koordinasi dengan mitra, analisis kebutuhan, penyusunan materi, pelatihan teori dan praktik, serta evaluasi hasil kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan karyawan di UD FF Tirta dalam mengelola media sosial bisnis, membuat konten promosi digital, serta memanfaatkan fitur periklanan berbayar untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap efektivitas pemasaran, meningkatkan visibilitas usaha, serta memperluas jangkauan pelanggan. Dengan penerapan strategi digital marketing yang tepat, UD FF Tirta Jakarta Timur diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha di era digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, termasuk bagi usaha kecil dan menengah (UKM). *Digital marketing* menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar, memperluas pelanggan, serta meningkatkan daya saing usaha. Menurut Purwana E.S., dkk. (2017:2), *digital marketing* merupakan kegiatan promosi melalui media digital secara *online* dengan cara memanfaatkan berbagai media misalnya jejaring sosial. Namun, banyak pelaku UKM yang masih menghadapi kendala dalam mengadopsi

strategi pemasaran digital, baik karena keterbatasan pengetahuan, keterampilan, maupun sumber daya yang dimiliki. Faktor-faktor seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya literasi digital, serta minimnya anggaran untuk investasi dalam pemasaran digital menjadi kendala utama yang dihadapi oleh UKM. Padahal, dengan pemanfaatan *digital marketing* yang tepat, UKM dapat meningkatkan *brand awareness*, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan penjualan tanpa harus mengeluarkan biaya besar dibandingkan metode pemasaran tradisional. Faktor-faktor seperti keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya literasi digital, serta

minimnya anggaran untuk investasi dalam pemasaran digital menjadi kendala utama yang dihadapi oleh UKM. Padahal, dengan pemanfaatan digital *marketing* yang tepat, UKM dapat meningkatkan *brand awareness*, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan penjualan tanpa harus mengeluarkan biaya besar dibandingkan metode pemasaran tradisional. Setiawan & Wardhana (2020). UD FF Tirta, sebagai agen distributor air galon di Jakarta Timur, merupakan salah satu UKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang dengan pemanfaatan *digital marketing*. Namun, dalam operasionalnya, strategi pemasaran yang digunakan masih konvensional, seperti promosi dari mulut ke mulut dan pemasaran langsung. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pelanggan baru dan memperluas pasar secara lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan dan pelatihan digital marketing guna membantu UD FF Tirta memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan kepada UD FF Tirta dalam mengimplementasikan strategi digital *marketing* yang efektif. Fokus pelatihan meliputi pemanfaatan media sosial, pembuatan konten digital, optimalisasi *platform e-commerce*, serta penggunaan alat pemasaran digital lainnya. Diharapkan melalui kegiatan ini, UD FF Tirta dapat meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas jangkauan pelanggan, serta meningkatkan daya saing usahanya di era digital. Berdasarkan observasi dan informasi yang dikumpulkan selama pertemuan, tim Abdimas mengidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra usaha dalam mengimplementasikan strategi digital *marketing*. Beberapa kendala yang ditemukan meliputi kurangnya pemahaman

tentang pentingnya pemasaran digital, keterbatasan dalam penggunaan *platform* digital, serta minimnya keahlian dalam mengelola konten pemasaran yang efektif. Pengelola usaha, meskipun telah memiliki produk yang kompetitif, masih mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui media digital. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan *marketplace* untuk meningkatkan penjualan masih belum dilakukan secara optimal. Dalam rangka meningkatkan efektivitas pemasaran digital, tim Abdimas dari Universitas Indraprasta PGRI Jakarta menawarkan beberapa solusi untuk mitra usaha di UD FF Tirta Jakarta Timur. Solusi ini disusun untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam penerapan *digital marketing* dan meningkatkan daya saing usaha. Berikut adalah solusi yang ditawarkan:

1. Memperkenalkan Strategi Digital Marketing yang Efektif

Tim Abdimas akan memberikan pemahaman dasar mengenai digital *marketing*, termasuk pentingnya penggunaan media sosial dan *marketplace* dalam meningkatkan penjualan. Pelatihan ini akan membantu pengelola UD FF Tirta Jakarta Timur memahami konsep dasar pemasaran digital dan cara membangun *branding* yang kuat.

2. Pelatihan Penggunaan Media Sosial dan Marketplace

Tim Abdimas akan melatih pengelola dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan *WhatsApp Business* untuk mempromosikan produk secara lebih luas.

3. Pembuatan Konten Pemasaran Digital

Tim Abdimas akan membimbing pengelola dalam membuat konten pemasaran yang menarik dan sesuai dengan target pasar. Materi pelatihan mencakup teknik fotografi produk, desain grafis sederhana, serta pembuatan *caption* dan

deskripsi produk yang dapat meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan. Dengan konten yang berkualitas, usaha akan lebih mudah menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar digital.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pendampingan dan pelatihan dilakukan di UD FF Tirta Jakarta Timur yang berlokasi di Jalan Radar Baru, RT. 04/RW. 04, Kel. Kalisari, Kec. Pasar Rebo, Jakarta Timur pada tanggal Desember 2024. Program ini ditujukan bagi karyawan yang bekerja di tempat usaha tersebut, dengan tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan Mitra Usaha

Tim Abdimas mengirimkan surat permohonan dan menghubungi mitra usaha UD FF Tirta Jakarta Timur untuk membahas rencana kegiatan pendampingan dan pelatihan digital *marketing* bagi pengelola agen Aqua Galon. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital sebagai strategi pemasaran yang efektif. Setelah mendapat persetujuan dari pihak mitra, tim Abdimas melanjutkan dengan persiapan pelaksanaan kegiatan.

2. Kunjungan dan Sosialisasi Program

Tim Abdimas melakukan kunjungan ke UD FF Tirta untuk menyampaikan maksud dan tujuan pelaksanaan pelatihan, serta memastikan bahwa sasaran pelatihan adalah para karyawan yang terlibat langsung dalam pemasaran dan operasional bisnis.

3. Pendataan Peserta Pelatihan

Tim Abdimas melakukan pendataan terhadap karyawan yang terlibat dalam kegiatan pelatihan untuk mengetahui jumlah peserta serta memahami lebih lanjut strategi pemasaran yang telah diterapkan. Pendataan ini juga bertujuan untuk menyesuaikan materi pelatihan dengan kebutuhan spesifik mitra.

4. Analisis Kebutuhan dan Penyusunan Materi

Berdasarkan hasil pendataan dan diskusi dengan mitra, Tim Abdimas

menganalisis kebutuhan dalam pemasaran digital, mengumpulkan bahan dan materi pelatihan, serta merancang modul yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Materi meliputi strategi pemasaran melalui media sosial, pembuatan konten digital, serta penggunaan *marketplace* dan periklanan digital.

5. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Setelah mendapatkan izin dari pihak mitra, Tim Abdimas memulai pelatihan dengan pemaparan materi mengenai konsep dasar digital *marketing* dan strategi penerapannya dalam bisnis. Pelatihan ini mencakup penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook

6. Praktik dan Simulasi Pemasaran Digital

Karyawan diberikan kesempatan untuk mempraktikkan strategi digital *marketing* yang telah dipelajari, seperti membuat konten promosi, mengelola akun media sosial bisnis, serta memahami dasar-dasar periklanan digital. Pelatihan diberikan di ruang kantor UD FF Tirta Jakarta Timur dengan fokus pada keterampilan teknis yang dapat langsung diterapkan dalam operasional sehari-hari.

7. Penyusunan Laporan Kegiatan

Tim Abdimas menyusun laporan kegiatan secara menyeluruh untuk mendokumentasikan hasil pelaksanaan program, termasuk evaluasi terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam digital *marketing*.

8. Evaluasi dan Pengembangan Program

Analisis dilakukan terhadap hasil kegiatan untuk menilai efektivitas pelatihan serta mengambil kesimpulan yang dapat digunakan untuk pengembangan program Abdimas di masa mendatang.

Peranan mitra dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan dan pelatihan digital *marketing* di UD FF Tirta Jakarta Timur. Sebagai mitra utama, UD FF Tirta memberikan dukungan penuh terhadap program ini dengan menyediakan akses bagi tim Abdimas serta memastikan bahwa karyawan yang berperan dalam pemasaran dapat mengikuti pelatihan dengan optimal.

Selain itu, mitra berperan dalam mengkoordinasikan peserta pelatihan, terutama karyawan yang bertanggung jawab dalam strategi pemasaran dan operasional bisnis. Mitra juga berkontribusi dalam menentukan waktu pelaksanaan kegiatan agar tidak mengganggu aktivitas operasional harian usaha. Kegiatan pendampingan dan pelatihan ini dilaksanakan secara langsung (tatap muka) di UD FF Tirta Jakarta Timur. Dalam pelaksanaannya, peserta diberikan wawasan mengenai pentingnya pemasaran digital serta dilatih untuk mengimplementasikan strategi yang lebih efektif dalam memanfaatkan platform digital. Dengan adanya kerja sama yang baik antara mitra dan tim Abdimas, kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat nyata bagi pengelola usaha dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing bisnis melalui digital *marketing*.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Kegiatan pendampingan dan pelatihan digital *marketing* yang dilakukan di UD FF Tirta Jakarta Timur telah memberikan dampak positif terhadap strategi pemasaran dan perkembangan usaha agen distribusi galon ini. Melalui pelatihan ini, mitra usaha memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep digital marketing serta bagaimana memanfaatkannya untuk meningkatkan jangkauan pasar dan daya saing usaha. Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah peningkatan keterampilan mitra dalam menggunakan *platform* digital seperti media sosial (Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business) serta *marketplace* untuk mempromosikan produk secara lebih efektif. Dengan memahami strategi pemasaran berbasis digital, mitra usaha kini dapat menyusun konten promosi yang lebih menarik, seperti pembuatan poster digital, *copywriting* yang persuasif, serta teknik

pengambilan gambar produk yang lebih profesional. Selain itu, mitra usaha juga mulai menerapkan strategi pemasaran berbasis data, seperti analisis *engagement* dan *feedback* pelanggan, guna meningkatkan efektivitas pemasaran. Dengan memanfaatkan fitur-fitur digital seperti iklan berbayar (Facebook Ads dan Instagram Ads), mitra usaha mampu menjangkau calon pelanggan yang lebih luas, terutama di wilayah Jakarta Timur dan sekitarnya. Pelatihan ini juga membantu mitra usaha memahami pentingnya interaksi dengan pelanggan melalui platform digital. Dengan merespons pertanyaan pelanggan secara cepat dan memberikan layanan yang lebih responsif, tingkat kepuasan pelanggan meningkat, yang berdampak pada loyalitas dan potensi peningkatan penjualan. Keberhasilan program pendampingan ini menunjukkan bahwa penerapan digital *marketing* yang tepat dapat membantu usaha kecil dan menengah untuk berkembang di era digital. Dengan adanya strategi pemasaran yang lebih modern, mitra usaha diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta mencapai pertumbuhan yang lebih berkelanjutan di masa depan. Selain itu, pelatihan ini membuka peluang bagi mitra usaha untuk terus berinovasi dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka. Berikut adalah dokumentasi yang diambil oleh tim selama pelaksanaan kegiatan Pendampingan dan Pelatihan *Digital Marketing* di UD FF Tirta Jakarta Timur yang mencakup foto-foto kegiatan Abdimas sebagai berikut:

Gambar 1

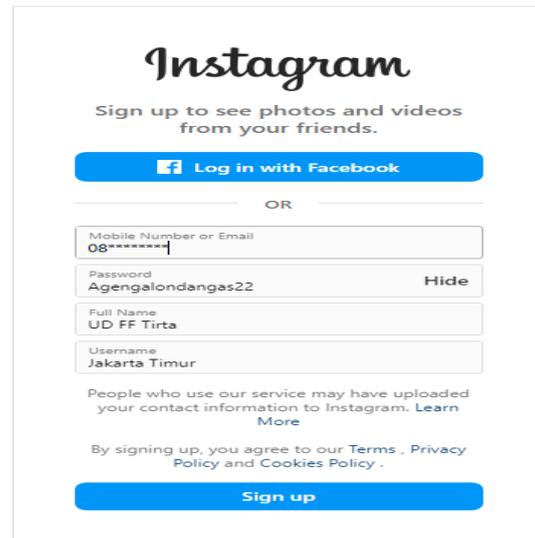
Karyawan UD. FF Tirta Jakarta Timur melaksanakan Pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing



Gambar 1 di atas menunjukkan karyawan UD FF Tirta Jakarta Timur yang sedang melaksanakan pelatihan *digital marketing* dengan cermat dan teliti. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam memanfaatkan platform digital, khususnya media sosial seperti Instagram untuk memasarkan produk secara lebih luas dan efektif. Dengan adanya pelatihan ini, karyawan dapat memahami strategi pemasaran digital, mulai dari pembuatan konten yang menarik, pengelolaan akun bisnis, hingga teknik optimasi iklan berbayar. Pelatihan *digital marketing* ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas usaha serta menarik lebih banyak pelanggan melalui media digital. Dengan penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, UD FF Tirta Jakarta Timur dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta meningkatkan penjualan secara signifikan. Pemanfaatan teknologi digital juga memberikan peluang bagi usaha untuk bersaing lebih kompetitif di era digital saat ini.

Gambar 2

Pembuatan Akun Instagram UD FF Tirta Jakarta Timur



Gambar 2 di atas menunjukkan sedang membuat pelatihan digital *marketing* dengan media sosial Instagram terutama pembuatan akun Instagram UD FF Tirta Jakarta Timur. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan karyawan dalam memanfaatkan *platform* digital sebagai media pemasaran yang efektif. Dengan bimbingan dari tim Abdimas, peserta pelatihan mempelajari berbagai strategi pemasaran digital, termasuk pembuatan konten yang menarik, penggunaan fitur Instagram seperti *reels*, *stories*, dan *live streaming* untuk menarik perhatian pelanggan. Selain itu, pelatihan ini juga mencakup teknik optimasi algoritma Instagram agar konten yang dibuat dapat menjangkau lebih banyak *audiens*. Karyawan diajarkan cara melakukan riset pasar secara digital, memahami preferensi pelanggan, serta memanfaatkan fitur Instagram *Insights* untuk menganalisis performa setiap unggahan. Dengan demikian, mereka dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran. Dalam praktiknya, peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk

langsung mengelola akun bisnis Instagram UD FF Tirta. Mereka membuat dan mengunggah konten promosi, menyesuaikan *caption* yang menarik, menggunakan hashtag relevan, serta berinteraksi dengan pelanggan melalui komentar dan pesan langsung. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis karyawan dalam digital *marketing* tetapi juga membantu meningkatkan *engagement* pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Keberhasilan program pendampingan ini terlihat dari meningkatnya aktivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh UD FF Tirta. Setelah pelatihan, jumlah interaksi pelanggan di media sosial meningkat, dan potensi perluasan pasar menjadi lebih besar. Dengan adanya strategi digital *marketing* yang lebih terstruktur, UD FF Tirta Jakarta Timur diharapkan mampu memperkuat posisinya di industri distribusi air minum dalam kemasan serta meningkatkan daya saing usahanya di era digital.

Penutup

Peserta kegiatan Pendampingan dan Pelatihan Digital *Marketing* di UD FF Tirta Jakarta Timur memberikan umpan balik yang positif terhadap pelatihan ini. Pengetahuan yang paling dirasa penting adalah pemanfaatan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan jangkauan pelanggan dan penjualan. Penerapan teknik *digital marketing*, seperti penggunaan media sosial terutama Instagram, dan aplikasi lainnya dinilai sangat membantu dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Melalui pelatihan ini, peserta memahami pentingnya membangun citra merek secara *online*, membuat konten pemasaran yang menarik, serta menganalisis data digital untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih

baik. Tim pengabdian kepada masyarakat juga memberikan informasi mengenai pentingnya strategi pemasaran yang berkelanjutan dan berbasis data guna meningkatkan efisiensi serta efektivitas promosi usaha galon di UD FF Tirta Jakarta Timur. Peserta diharapkan dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh dalam kegiatan ini untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih baik. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, pengelola di UD FF Tirta Jakarta Timur diharapkan dapat meningkatkan daya saing bisnis, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperluas jaringan pemasaran. Selain itu, peserta juga diharapkan dapat membagikan pengetahuan yang telah diperoleh kepada rekan-rekan sesama pelaku usaha, guna meningkatkan kesadaran akan pentingnya digital *marketing* dalam mengembangkan bisnis di era modern.

Referensi

- APJII. (2022). *Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Kemenkop UKM. (2022). *Statistik UMKM Indonesia*. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.
- Kompas. (2023). *Perubahan Tren Belanja Online di Indonesia*. Diambil dari kompas.com.
- Nuraini, A. (2021). Analisis Kesiapan UMKM dalam Mengadopsi Teknologi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45-58.
- Sari, D. (2020). Dampak Digitalisasi terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 30-42.
- Setiawan, B. (2022). Karakteristik Pembeli di Era Digital: Implikasi untuk Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 11(3), 65-78.