



Digital Marketing Training on LPSE E-Catalog at PT. Abisakti Surya Megakon

Pelatihan Digital Marketing *E-Katalog* LPSE di PT. Abisakti Surya Megakon

Firman Yudianto^{1,*}, Mukhtar Adinugroho², Nur Shabrina Meutia³

Published online: 30 May 2026

ABSTRACT

The rapid development of information technology has encouraged companies to adopt digital transformation in marketing and procurement processes. One of the platforms used in government procurement is the *LPSE* E-Catalog, which enables transparent and efficient electronic transactions. PT. Abisakti Surya Megakon, as a provider of goods and services, faces challenges in optimizing the use of digital marketing through the *LPSE* E-Catalog, particularly in product management, digital promotion, and online marketing strategies. This community service activity aimed to improve the competencies of the company's human resources in utilizing the *LPSE* E-Catalog as a digital marketing platform. The implementation methods included observation, training, mentoring, and evaluation. The results showed an increase in participants' understanding of the *LPSE* E-Catalog, digital marketing strategies, product display optimization, and electronic transaction management. Furthermore, participants were able to independently implement digital marketing strategies to enhance the company's opportunities in government procurement markets. This activity positively contributed to improving digital literacy and enhancing the company's competitiveness in the era of digital transformation.

Keywords: digital marketing, e-catalog, *LPSE*, training, digital transformation.

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi mendorong perusahaan untuk melakukan transformasi digital dalam proses pemasaran dan pengadaan barang/jasa. Salah satu platform yang digunakan dalam pengadaan pemerintah adalah E-Katalog LPSE yang memungkinkan proses transaksi dilakukan secara transparan dan efisien. PT. Abisakti Surya Megakon sebagai perusahaan penyedia barang dan jasa menghadapi kendala dalam optimalisasi pemanfaatan digital marketing berbasis E-Katalog LPSE, terutama pada aspek pengelolaan produk, promosi digital, dan strategi pemasaran daring. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi sumber daya manusia perusahaan dalam memanfaatkan E-Katalog LPSE sebagai media digital marketing. Metode pelaksanaan meliputi observasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai penggunaan E-Katalog LPSE, strategi pemasaran digital, optimasi tampilan produk, dan pengelolaan transaksi elektronik. Selain itu, peserta mampu mengimplementasikan strategi digital marketing secara mandiri untuk meningkatkan peluang pemasaran produk perusahaan pada sektor pengadaan pemerintah. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan daya saing perusahaan dalam era transformasi digital.

Kata kunci: digital marketing, e-katalog, LPSE, pelatihan, transformasi digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan signifikan terhadap proses bisnis dan pemasaran pada berbagai sektor industri. Digital marketing menjadi salah satu strategi utama yang digunakan perusahaan dalam

^{1*3} Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Program Studi Sistem Informasi

² Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Program Studi Bisnis Digital

^{*}) *corresponding author*

Firman Yudianto
Email: firman_yudianto@unusa.ac.id

meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan platform digital memungkinkan perusahaan melakukan promosi produk secara efektif, cepat, dan efisien *Yudianto, F (2022)*.

Dalam sektor pengadaan barang dan jasa pemerintah, sistem elektronik menjadi bagian penting dalam mewujudkan transparansi dan efisiensi. Salah satu sistem yang digunakan adalah Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) melalui E-Katalog. Sistem ini memungkinkan perusahaan penyedia barang dan jasa memasarkan produknya secara digital kepada instansi pemerintah *Herlambang, T (2018)*.

PT. Abisakti Surya Megakon merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang penyediaan barang dan jasa konstruksi serta teknologi pendukung industri. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan beberapa kendala dalam pemanfaatan E-Katalog LPSE, seperti kurangnya pemahaman tentang digital marketing, optimalisasi tampilan produk, penggunaan kata kunci produk, dan strategi pemasaran berbasis platform digital.

Permasalahan tersebut menyebabkan proses pemasaran produk perusahaan belum optimal sehingga peluang mendapatkan proyek pengadaan pemerintah masih terbatas *Katias, P (2023)*. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait digital marketing berbasis E-Katalog LPSE agar perusahaan mampu meningkatkan efektivitas pemasaran digital dan daya saing bisnis.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan:

- Meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep digital marketing.
- Memberikan pelatihan penggunaan E-Katalog LPSE.
- Meningkatkan kemampuan pengelolaan produk digital pada platform LPSE.
- Membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran digital berbasis pengadaan elektronik.

TINJAUAN PUSTAKA

Digital Marketing

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan kepada konsumen secara lebih luas dan efektif. Menurut Kotler dan Keller, digital marketing memungkinkan perusahaan membangun komunikasi interaktif dengan pelanggan melalui media digital seperti website, media sosial, dan marketplace *Yudianto, F (2023)*.

Strategi digital marketing memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

- Efisiensi biaya promosi.
- Jangkauan pasar lebih luas.
- Analisis data pelanggan secara real-time.
- Peningkatan interaksi dengan konsumen.

E-Katalog LPSE

E-Katalog LPSE adalah sistem informasi elektronik yang memuat daftar, jenis, spesifikasi teknis, dan harga barang/jasa dari berbagai penyedia yang digunakan dalam proses pengadaan pemerintah. Sistem ini dikembangkan untuk meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi pengadaan barang/jasa pemerintah.

Penggunaan E-Katalog memberikan manfaat bagi perusahaan penyedia, antara lain:

- Memperluas akses pasar pengadaan pemerintah.

- Mempermudah proses transaksi elektronik.
- Meningkatkan kredibilitas perusahaan.
- Mempermudah promosi produk secara digital.

Pelatihan dan Peningkatan Kompetensi SDM

Pelatihan merupakan proses peningkatan keterampilan dan pengetahuan sumber daya manusia agar mampu melaksanakan pekerjaan secara efektif. Dalam era transformasi digital, pelatihan teknologi informasi menjadi kebutuhan penting bagi perusahaan agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Metode pelatihan berbasis praktik langsung dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta karena memungkinkan peserta mencoba sistem secara mandiri dan memperoleh pengalaman langsung.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di PT. Abisakti Surya Megakon dengan metode sebagai berikut:

Observasi dan Analisis Kebutuhan

Tim pengabdian melakukan observasi untuk mengidentifikasi kebutuhan perusahaan terkait penggunaan E-Katalog LPSE dan digital marketing.

Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan perusahaan, meliputi:

- Konsep digital marketing.
- Penggunaan E-Katalog LPSE.
- Strategi pemasaran digital.
- Optimalisasi deskripsi produk.
- Penggunaan keyword produk.

Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilakukan secara langsung melalui:

- Presentasi materi.
- Demonstrasi penggunaan sistem.
- Praktik langsung penggunaan E-Katalog LPSE.
- Diskusi dan tanya jawab.

Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui pengamatan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan.

Gambar 1 di bawah merupakan alur atau bagan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pelatihan Digital Marketing E-Katalog LPSE di PT. Abisakti Surya Megakon. Diagram tersebut menjelaskan tahapan kegiatan secara sistematis mulai dari analisis kebutuhan hingga hasil akhir pelatihan.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Active

Analisis Kebutuhan

Tahap pertama dilakukan untuk mengetahui kondisi awal perusahaan dan kebutuhan pelatihan peserta. Pada tahap ini dilakukan:

- Observasi awal perusahaan,
- Identifikasi permasalahan yang dihadapi,
- Analisis kebutuhan pelatihan terkait digital marketing dan penggunaan E-Katalog LPSE.

Tahap ini bertujuan agar materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Perencanaan

Setelah kebutuhan diketahui, dilakukan proses perencanaan kegiatan yang meliputi:

- Penyusunan tujuan pelatihan,
- Penyusunan materi pelatihan,
- Penentuan metode pelaksanaan,
- Penyusunan jadwal kegiatan.

Tahap perencanaan penting untuk memastikan kegiatan berjalan terstruktur dan efektif.

Pelaksanaan Pelatihan

Tahap ini merupakan inti kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu pelaksanaan pelatihan kepada peserta. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

- Penyampaian materi digital marketing,
- Demonstrasi penggunaan sistem E-Katalog LPSE,
- Praktik langsung penggunaan aplikasi,
- Diskusi dan sesi tanya jawab.

Pada tahap ini peserta diberikan pemahaman teoritis dan praktik secara langsung.

Pendampingan

Setelah pelatihan dilaksanakan, peserta mendapatkan pendampingan untuk membantu implementasi materi yang telah dipelajari, meliputi:

- Pendampingan praktik penggunaan sistem,
- Optimalisasi produk dan deskripsi produk,
- Strategi digital marketing,
- Troubleshooting atau penyelesaian kendala teknis.

Tahap ini bertujuan memastikan peserta mampu menerapkan materi secara mandiri.

Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan melalui:

- Evaluasi pemahaman peserta,
- Penilaian hasil praktik,
- Pengumpulan umpan balik peserta,
- Penyusunan rekomendasi perbaikan.

Evaluasi digunakan untuk mengetahui efektivitas pelatihan dan peningkatan kompetensi peserta.

Hasil dan Tindak Lanjut

Tahap akhir menunjukkan hasil yang diperoleh setelah kegiatan dilaksanakan, yaitu:

- Peningkatan kompetensi peserta,
- Penerapan strategi digital marketing,
- Monitoring dan pendampingan lanjutan.

Tahap ini menunjukkan dampak positif kegiatan terhadap peningkatan kemampuan SDM perusahaan.

Tujuan Akhir Diagram

Bagian bawah diagram menjelaskan tujuan utama kegiatan, yaitu:

Peserta mampu memanfaatkan E-Katalog LPSE secara optimal sebagai media digital marketing untuk meningkatkan peluang pemasaran dan daya saing perusahaan dalam pengadaan barang/jasa pemerintah.

Secara keseluruhan, diagram tersebut menggambarkan proses pelaksanaan pelatihan yang terstruktur, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi dan tindak lanjut untuk mendukung transformasi digital perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman terkait penggunaan platform E-Katalog LPSE. Peserta mampu:

- Memahami konsep dasar digital marketing.
- Mengelola produk pada sistem E-Katalog.
- Membuat deskripsi produk yang menarik.
- Mengoptimalkan penggunaan kata kunci produk.
- Memahami proses transaksi pengadaan elektronik.

Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme tinggi selama pelatihan berlangsung. Diskusi interaktif membantu peserta memahami kendala yang sering dihadapi dalam pemasaran digital berbasis pengadaan pemerintah.

Kegiatan pelatihan memberikan beberapa dampak positif, antara lain:

- Peningkatan literasi digital sumber daya manusia.
- Peningkatan kemampuan penggunaan sistem LPSE.
- Meningkatkan peluang pemasaran produk perusahaan.
- Mendukung transformasi digital perusahaan.
- Meningkatkan daya saing perusahaan dalam pengadaan pemerintah.

Tahap akhir menunjukkan hasil yang diperoleh setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan. Peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam memahami konsep digital marketing dan penggunaan

sistem E-Katalog LPSE. Selain itu, peserta mampu menerapkan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan promosi produk perusahaan pada sektor pengadaan pemerintah.

Kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital sumber daya manusia, mendukung transformasi digital perusahaan, serta meningkatkan daya saing PT. Abisakti Surya Megakon dalam proses pengadaan barang dan jasa pemerintah. Setelah pelatihan selesai, dilakukan monitoring dan pendampingan lanjutan agar implementasi sistem dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.



Gambar 2. Pelatihan E – Katalog LPSE

Gambar 2. Menunjukkan kegiatan pelatihan dan peserta memerhatikan langkah – langkah untuk aplikasi yang dijelaskan oleh mentor.



Gambar 3. Praktek Langsung Pengelolaan Produk

Gambar 3. Menunjukkan Praktik langsung pengelolaan produk merupakan salah satu tahapan inti dalam kegiatan pelatihan Digital Marketing E-Katalog LPSE di PT. Abisakti Surya Megakon. Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk mengoperasikan sistem E-Katalog LPSE secara langsung menggunakan perangkat komputer atau laptop masing-masing.

Kegiatan praktik meliputi:

- Input data produk ke dalam sistem E-Katalog LPSE,
- Pengelolaan nama dan kategori produk,
- Penyusunan deskripsi produk yang menarik dan informatif,
- Upload foto produk sesuai standar digital marketing,

- Penentuan spesifikasi dan harga produk,
- Optimalisasi penggunaan kata kunci (keyword) agar produk mudah ditemukan,
- Simulasi proses transaksi dan pengadaan elektronik.

Melalui praktik langsung ini, peserta dapat memahami alur penggunaan sistem secara nyata serta meningkatkan keterampilan teknis dalam mengelola produk digital. Selain itu, peserta juga memperoleh pengalaman dalam menerapkan strategi digital marketing untuk meningkatkan daya tarik dan peluang pemasaran produk pada platform pengadaan pemerintah *Yudianto, F (2025)*.

Tahap praktik ini sangat penting karena membantu peserta lebih cepat memahami materi pelatihan melalui pengalaman langsung (*learning by doing*), sehingga kemampuan pengelolaan produk pada E-Katalog LPSE dapat diterapkan secara mandiri dan berkelanjutan di lingkungan perusahaan.



Gambar 4. Diskusi dan Tanya Jawab

Gambar 4 merupakan Tahap diskusi dan tanya jawab merupakan bagian penting dalam kegiatan pelatihan Digital Marketing E-Katalog LPSE di PT. Abisakti Surya Megakon. Pada sesi ini, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan, kendala, serta pengalaman terkait penggunaan sistem E-Katalog LPSE dan penerapan digital marketing di lingkungan perusahaan.

Kegiatan diskusi dilakukan secara interaktif antara narasumber dan peserta sehingga tercipta komunikasi dua arah yang aktif. Beberapa topik yang dibahas dalam sesi ini meliputi:

- Kendala dalam proses input dan pengelolaan produk,
- Strategi meningkatkan visibilitas produk pada E-Katalog,
- Penggunaan kata kunci (keyword) yang efektif,
- Teknik penyusunan deskripsi produk yang menarik,
- Permasalahan teknis pada sistem LPSE,
- Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan peluang pengadaan pemerintah.

Melalui sesi tanya jawab, peserta memperoleh solusi langsung terhadap permasalahan yang dihadapi selama praktik penggunaan sistem. Selain itu, diskusi juga membantu meningkatkan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan karena peserta dapat berbagi pengalaman dan memperoleh masukan dari narasumber maupun peserta lainnya *Herlambang, T (2023)*.

Tahap ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan analisis, pemecahan masalah, dan pemahaman teknis peserta dalam memanfaatkan E-Katalog LPSE sebagai media digital marketing yang efektif dan efisien.

Tabel 1. Hasil Pelatihan Digital Marketing E Katalog

No.	Materi Pelatihan	Indikator Penilaian	Rata-rata Skor (Skala 1–5)		Peningkatan (%)	Kategori Peningkatan
			Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan		
1	Pemahaman Konsep Digital Marketing	Pemahaman peserta terhadap konsep, manfaat dan strategi digital marketing	2,80	4,40	57,14%	Tinggi
2	Penggunaan Sistem E-Katalog LPSE	Pemahaman alur, fitur dan proses penggunaan sistem E-Katalog LPSE	2,60	4,30	65,38%	Tinggi
3	Pengelolaan Produk	Kemampuan menambah, mengubah dan mengelola produk di E-Katalog	2,40	4,20	75,00%	Tinggi
4	Deskripsi dan Foto Produk	Kemampuan membuat deskripsi produk yang menarik dan mengunggah foto sesuai standar	2,70	4,40	62,96%	Tinggi
5	Penggunaan Keyword	Kemampuan menentukan keyword agar produk mudah ditemukan	2,50	4,10	64,00%	Tinggi
6	Simulasi Transaksi dan Pengadaan Elektronik	Pemahaman proses transaksi, pemesanan dan konfirmasi pada E-Katalog	2,60	4,20	61,54%	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan			2,60	4,27	64,67%	Tinggi

Keterangan:

1. Skala penilaian: 1 = Sangat Kurang, 2 = Kurang, 3 = Cukup, 4 = Baik, 5 = Sangat Baik
2. Persentase peningkatan dihitung dari perbandingan skor sebelum dan sesudah pelatihan
3. Kategori Peningkatan: **Rendah** (<30%), **Sedang** (30%-60%), **Tinggi** (>60%)

Active
Go to 5

Tabel 1 di atas menunjukkan hasil evaluasi kegiatan pelatihan Digital Marketing E-Katalog LPSE di PT. Abisakti Surya Megakon. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan tingkat pemahaman dan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan skala penilaian 1–5.

Pembahasan

Kegiatan pelatihan Digital Marketing E-Katalog LPSE di PT. Abisakti Surya Megakon memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung proses pemasaran dan pengadaan barang/jasa pemerintah. Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan, seluruh indikator penilaian mengalami peningkatan yang signifikan setelah peserta mengikuti kegiatan pelatihan dan praktik langsung.

Peningkatan terbesar terlihat pada aspek pengelolaan produk dengan persentase peningkatan sebesar 75,00%. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung mampu membantu peserta memahami proses pengelolaan produk pada sistem E-Katalog LPSE secara lebih efektif. Peserta tidak hanya memperoleh teori, tetapi juga pengalaman langsung dalam melakukan input data produk, mengelola deskripsi produk, menentukan spesifikasi, dan mengunggah foto produk sesuai standar pemasaran digital.

Selain itu, kemampuan peserta dalam penggunaan sistem E-Katalog LPSE juga mengalami peningkatan yang tinggi. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih mengalami kesulitan dalam memahami alur sistem dan fitur-fitur pada platform LPSE. Setelah dilakukan demonstrasi dan pendampingan, peserta mulai mampu memahami proses penggunaan sistem, transaksi elektronik, serta mekanisme pengadaan barang dan jasa pemerintah secara digital.

Pada aspek digital marketing, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terkait strategi pemasaran digital, penggunaan keyword, dan optimalisasi tampilan produk. Penggunaan keyword yang tepat dinilai sangat penting karena dapat meningkatkan visibilitas produk pada sistem pencarian E-Katalog LPSE. Selain itu, penyusunan deskripsi produk yang menarik dan informatif juga membantu meningkatkan daya tarik produk bagi calon pengguna atau instansi pemerintah.

Hasil pelatihan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis teknologi digital dapat meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dan mendukung transformasi digital perusahaan. Pendekatan pelatihan berbasis praktik dan diskusi interaktif terbukti

efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta karena memberikan kesempatan untuk belajar secara langsung melalui pengalaman nyata *Adinugroho, M (2023)*.

Faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini meliputi dukungan manajemen perusahaan, fasilitas pelatihan yang memadai, serta antusiasme peserta selama mengikuti kegiatan. Diskusi dan sesi tanya jawab juga berperan penting dalam membantu peserta memahami kendala teknis yang dihadapi selama penggunaan sistem E-Katalog LPSE.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan pengalaman awal peserta dalam penggunaan sistem digital dan keterbatasan waktu pelaksanaan pelatihan. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan agar peserta dapat terus mengembangkan kemampuan dan menerapkan strategi digital marketing secara optimal di lingkungan perusahaan *Yudianto, F (2026)*.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan E-Katalog LPSE sebagai media digital marketing. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga mendukung peningkatan daya saing PT. Abisakti Surya Megakon dalam menghadapi transformasi digital dan persaingan pada sektor pengadaan barang dan jasa pemerintah.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa Pelatihan Digital Marketing E-Katalog LPSE di PT. Abisakti Surya Megakon telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi sumber daya manusia perusahaan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya penggunaan sistem E-Katalog LPSE sebagai media pemasaran dan pengadaan barang/jasa pemerintah.

Berdasarkan hasil evaluasi pelatihan, seluruh indikator penilaian mengalami peningkatan yang signifikan setelah peserta mengikuti kegiatan pelatihan dan praktik langsung. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek pengelolaan produk dengan persentase sebesar 75,00%, diikuti oleh penggunaan sistem E-Katalog LPSE, penggunaan keyword produk, deskripsi dan foto produk, serta simulasi transaksi elektronik. Secara keseluruhan, nilai rata-rata peserta meningkat dari 2,60 sebelum pelatihan menjadi 4,27 setelah pelatihan dengan persentase peningkatan sebesar 64,67% dan termasuk dalam kategori tinggi.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung, demonstrasi sistem, diskusi, dan pendampingan efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta. Peserta mampu memahami konsep digital marketing, mengelola produk digital, membuat deskripsi produk yang menarik, menentukan keyword yang tepat, serta memahami proses transaksi pada sistem E-Katalog LPSE.

Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga berhasil meningkatkan literasi digital peserta dan mendukung proses transformasi digital perusahaan. Pemanfaatan E-Katalog LPSE sebagai media digital marketing memberikan peluang bagi PT. Abisakti Surya Megakon untuk memperluas pemasaran produk dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah.

Faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini meliputi dukungan manajemen perusahaan, fasilitas pelatihan yang memadai, serta antusiasme peserta selama mengikuti kegiatan. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan pengalaman awal peserta dalam penggunaan sistem digital dan keterbatasan waktu pelaksanaan pelatihan.

Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan dan pelatihan lanjutan secara berkelanjutan agar peserta dapat terus meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengoptimalkan penggunaan E-Katalog LPSE. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan PT. Abisakti

Surya Megakon mampu menerapkan strategi digital marketing secara lebih efektif dan berkelanjutan dalam mendukung peningkatan kinerja perusahaan di era transformasi digital.

Acknowledgments

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PT. Abisakti Surya Megakon atas dukungan, kerja sama, dan partisipasi aktif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Digital Marketing E-Katalog LPSE. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh peserta pelatihan yang telah mengikuti kegiatan dengan antusias sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital, Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya atas dukungan akademik dan fasilitas yang diberikan dalam mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Semoga kegiatan ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, mendukung transformasi digital perusahaan, serta meningkatkan daya saing dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah berbasis teknologi informasi.

Conflict of Interests

The authors declared that no potential conflicts of interest with respect to the authorship and publication of this article.

REFERENCES

- Yudianto, F., Herlambang, T., & Anggoro, S. D. (2022, January). Pelatihan Desain Pembuatan Website di PT Abisakti Surya Megakon. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya* (Vol. 1, No. 1, pp. 703-710).
- Herlambang, T., & Yudianto, F. (2018). Pelatihan E-Marketing di pondok pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo. *Community Development Journal*, 2(1).
- Katias, P., Herlambang, T., Adinugroho, M., Yudianto, F., & Anshori, M. Y. (2023). Sosialisasi Pengembangan Sistem Manajemen Strategi dengan Pelatihan Simulasi Estimasi Profitabilitas Perusahaan di PT Abisakti Surya Megakon. *Indonesia Berdaya*, 4(4), 1615-1622.
- Yuliana, L., Adinugroho, M., Yudianto, F., Herlambang, T., Susanto, F. A., & Rihlah, J. (2023). Exploring the Use of Microsoft PowerPoint for Early Childhood Education: A Community Engagement Program Mengeksplorasi Penggunaan Microsoft PowerPoint untuk Pendidikan Anak Usia Dini: Program Pengabdian Masyarakat. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 14(2).
- Yudianto, F., Magfira, D. B., Adinugroho, M., Herlambang, T., & Yuliana, L. (2023). Pelatihan bisnis digital marketing di PT. Abisakti Surya Megakon. *Indonesia Berdaya*, 4(4), 1557-1564.
- Yudianto, F., Yuliana, L., Herlambang, T., & Maghfira, D. B. (2025). Pelatihan pengujian website di PT. Abisakti Surya Megakon menggunakan Gtmetrix (Website Testing Training at PT. Abisakti Surya Megakon Using GTmetrix). *Indonesia Berdaya*, 6(2), 437-442.
- Magfira, D. B., Yudianto, F., & Herlambang, T. (2024). Desain Pelatihan E Marketing Di Pondok Al Muin Syarif Hidayatullah. *SEMANGGI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 79-86.
- Yudianto, F., Nisa, D. N. K., Yuliana, L., & Meutia, N. S. (2026). Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram dan Tiktok dalam Merumuskan Strategi Konten Visual Pada fitinline. com [The Use of Instagram and TikTok in Developing Visual Content Strategies for Fitinline. com]. *Indonesia Berdaya*, 7(2), 533-542.
- Herlambang, T., Yudianto, F., Adinugroho, M., Susanto, F. A., & Yuliana, L. (2024). Employee Information System Development at PT. Friends of Sakinah Flashlight Surabaya. *Indonesia Berdaya*, 5(1), 81-92.

- Adinugroho, M., Sari, R., Herlambang, T., & Yudianto, F. (2023). Pelatihan Pengembangan User Interface Pada Website Yayasan Al-Jihad Surabaya. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 7(3).
- Adinugroho, M., Arobi, A. I., Wulansari, T., Herlambang, T., Yudianto, F., & Authar, N. (2024). Peningkatan Perekonomian Melalui Pemberdayaan UMKM dan Pemanfaatan Digital Marketing (di SMP Yamassa Surabaya). *Indonesia Berdaya*, 5(4), 1151-1158.
- Herlambang, T., Yudianto, F., Adinugroho, M., Fikriyyah, M., Lestari, W. W., & Wati, D. A. (2024). Utilisation Of The Financial System And Profile Website Of The Al-Khoiriyah Mosque Banyu Urip. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 8(1).

This page has been intentionally left blank