



Edukasi Melalui Kegiatan Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing di Lapas Kelas IIB Takalar

¹Yusi Irensi Seppa*, ²Maya Kasmita, ³Muhammad Luthfi Siraj, ⁴Aris Baharuddin, ⁵Siti Syarifah
Wafiqah Wardah

^{1,3,4,5}Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Email: yusi.irensi.seppa@unm.ac.id¹,

mayakasmita@unm.ac.id², muhhammadluthfisiraj@unm.ac.id³, aris.baharuddin@unm.ac.id⁴, syarifah.wafiqah@unm.ac.id⁵

*Penulis Korespondensi: yusi.irensi.seppa@unm.ac.id¹

Diterima: 10-08-2023; Direvisi: 12-09-2023; Dipublikasikan: 17-09-2023

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berbentuk sosialisasi, edukasi, penyuluhan yang menasar warga binaan Lapas Kelas IIB Takalar. Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para Warga Binaan Lapas Kelas IIB Takalar mengenai pemanfaatan digital marketing. Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di Lapas Kelas IIB Takalar. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan ceramah pada sesi pertama, lalu sesi kedua yaitu diskusi dengan tanya jawab, kemudian sesi terakhir adalah evaluasi. Hasil Evaluasi yang diperoleh yaitu dengan tes warna otak dari 20 orang warga binaan Lapas diperoleh hasil evaluasi sebanyak 7 orang memenuhi kriteria tipe otak kuning, sebanyak 2 orang memenuhi kriteria tipe otak biru, sebanyak 4 orang memenuhi kriteria tipe otak hijau, dan sebanyak 7 orang memenuhi kriteria tipe otak orange. Tes ini menunjukkan tipe kepribadian yang berkaitan dengan karakter wirausaha berdasarkan pola pikir dan cara bertindak. Dengan mengetahui kepribadian yang bersifat multi-faceted, memungkinkan orang untuk menerima, menghormati dan menghargai orang lain dengan lebih mudah. Hasil dari kegiatan pengabdian ini yaitu meningkatkan pemahaman warga binaan Lapas Kelas IIB Takalar mengenai pemanfaatan digital marketing sehingga bisa menghasilkan output dan bisa menguasai digital marketing.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Edukasi, Penyuluhan, Pemanfaatan*

ABSTRACT

This community service activity takes the form of socialization, education and counseling targeting inmates at the Class IIB Takalar Prison. This community service aims to provide knowledge and understanding to residents of the Class IIB Takalar Prison regarding the use of digital marketing. The location of this service was carried out at the Class IIB Takalar Prison. The method used is to give a lecture in the first session, then the second session is a discussion with questions and answers, then the last session is an evaluation. The evaluation results obtained were by brain color tests from 20 prison inmates. The evaluation results showed that 7 people met the criteria for the yellow brain type, 2 people met the criteria for the blue brain type, 4 people met the criteria for the green brain type, and 7 people met the criteria for the orange brain type. This test shows the personality type related to entrepreneurial character based on thought patterns and ways of acting. By knowing the multi-faceted nature of personality, it allows people to accept, respect and appreciate others more easily. The result of this service activity is to increase the understanding of the inmates of Class IIB Takalar Prison regarding the use of digital marketing so that they can produce output and master digital marketing.

Keywords: *Digital Marketing, Education, Counseling, Utilization*

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license





1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memberi perubahan bagi pertumbuhan ekonomi. Semakin beragam dan mudah informasi yang didapatkan mengakibatkan pertumbuhan ekonomi semakin pesat. Teknologi informasi saat ini tentu membutuhkan sebuah jaringan internet. Masyarakat saat ini sudah mulai banyak melakukan pekerjaan menggunakan internet, termasuk para pedagang. Perkembangan serta pertukaran perilaku tersebut merupakan tantangan sekaligus peluang bagi para penjual dalam memasarkan dan menjual produknya. Sebagian besar masyarakat era 4.0 sekarang ini sudah mengikuti perkembangan teknologi yang pesat, sehingga semua aspek kehidupan dominan menggunakan teknologi yang canggih, serba praktis dan online. Banyak sekali usahawan yang mengalihkan usaha mereka dari konvensional ke digital, hal ini juga penyebab terjadinya pergeseran trend belanja dan semakin maraknya onlineshop, marketplace hingga e-commerce. Hal ini disebabkan oleh dukungan masyarakat yang menggunakan kecanggihan teknologi untuk lebih memilih belanja online yang instan. Tanpa bantuan atau pemanfaatan pemasaran secara digital atau online, tentunya akan sulit bagi para penjual untuk membangun merek dan brand agar dikenal dan dapat bersaing dalam jangkauan pasar yang luas. Contohnya seperti pemasaran hasil usaha melalui akun Instagram. Saat ini untuk berbisnis tidak lagi memerlukan modal yang besar, namun lebih ditekankan adanya kelihaihan dalam mengandalkan peluang, kecerdasan dalam mengelola dana yang ada, kreatifitas dalam memanfaatkan tenaga yang ada, dan resources sumber daya yang ada. Jika dahulu UKM hanya melakukan transaksi jual beli di dunia nyata, namun kini bisa dilakukan di dunia maya, bahkan dengan waktu hitungan detik. Ini adalah peluang yang besar bagi UKM untuk mulai memiliki penghasilan dengan memanfaatkan internet. Hal ini dikenal dengan Bisnis Online yang dapat dijalankan dengan memanfaatkan media internet sebagai sarana bekerja membangun dan mengelola bisnis. Menjalankan bisnis online sama halnya seperti menjalankan bisnis biasa hanya media yang digunakannya berbeda. Bisnis-bisnis biasa menggunakan aset fisik (toko), sedangkan bisnis online menggunakan aset digital (media sosial). Adapun aplikasi toko online saat ini yang berkembang pesat dan menawarkan segala layanannya secara gratis, seperti; Shopee, Tokopedia, Bukalapak dan lain-lain. Memulai bisnis online tentu membutuhkan teknik dan strategi pasar yang akan dijalankan seperti rencana keuangan, financial planning, membuat daftar (list) produk yang ditawarkan, serta teknik membuka toko virtual (aplikasi E-marketing) yang akan menampilkan produk.

Kunci keberhasilan usaha ada pada marketing, prinsip marketing tidak hanya sekedar menjual, namun dapat memberikan hasil kepuasan yang mendatangkan keuntungan bagi usaha,. Hal ini mengingatkan betapa pentingnya fungsi marketing. Sehingga pemilik/pelaku usaha harus memberi perhatian khusus agar mendatangkan keuntungan. Keterbatasan peserta masih kurang paham dalam menciptakan ide/gagasan usaha dan model bisnis (core bisnis), peserta masih kurang mengerti pentingnya digital marketing dan peserta belum memahami tata cara pemanfaatan digital marketing yang baik untuk usaha/bisnis menyebabkan kurang berkembangnya pemanfaatan digital marketing di Lapas Kelas IIB Takalar. Dampak jika permasalahan ini tidak diselesaikan maka pemanfaatan digital marketing untuk keperluan perluasan bisnis atau usaha dan kemampuan memperoleh keuntungan atas usaha yang dihasilkan tidak bisa maksimal.

Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada para Warga Binaan Lapas Kelas IIB Takalar mengenai pemanfaatan digital marketing. Melalui PKM ini diharapkan bermanfaat bagi warga binaan lapas kelas IIB Takalar. Selama menjadi warga binaan lapas diberikan edukasi pelatihan terkait pemanfaatan *digital marketing* sehingga nantinya dapat menjadi bekal yang sangat membantu dalam berbisnis untuk warga binaan setelah keluar dari lapas. Untuk kedepannya, dengan adanya kegiatan ini diharapkan ada peningkatan kualitas warga binaan lapas kelas IIB Takalar dalam berbisnis dengan memanfaatkan digital marketing.

2. METODE PELAKSANAAN

Pada kegiatan ini metode yang digunakan untuk menyampaikan informasi ialah metode sosialisasi dalam bentuk edukasi penyuluhan. Kegiatan sosialisasi tidak saja terbatas pada memberikan penjelasan, namun juga menjelaskan segala informasi yang ingin disampaikan kepada kelompok atau sasaran yang akan menerima informasi, sehingga mereka benar-benar memahaminya.

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah dengan memberikan ceramah pada sesi pertama, lalu sesi kedua yaitu diskusi dengan tanya jawab, kemudian sesi terakhir adalah evaluasi. Sosialisasi yang dilakukan tidak hanya bersifat satu arah melainkan diupayakan berlangsungnya komunikasi yang berupa timbal balik sehingga pemateri juga dapat memahami aspirasi masyarakat, manakala mereka menolak atau belum siap menerima informasi yang diberikan. Hal ini penting agar sosialisasi yang dilakukan tidak bersifat “terpaksa” melainkan tetap terjalin hubungan yang harmonis antara pemateri dengan masyarakat.

Sosialisasi sebagai proses belajar diartikan bahwa penyebarluasan informasi dan penjelasan yang diberikan dapat merangsang terjadinya proses perubahan perilaku dan pola pikir yang dilakukan melalui proses pendidikan atau kegiatan belajar. Artinya, perubahan yang terjadi dilakukan oleh sasaran tersebut berlangsung melalui proses belajar. Hal ini penting untuk dipahami, karena perubahan perilaku dapat dilakukan melalui beragam cara, seperti: pembujukan, pemberian insentif/hadiah, atau bahkan melalui kegiatan-kegiatan pemaksaan (baik melalui penciptaan kondisi lingkungan fisik maupun sosial-ekonomi, maupun pemaksaan melalui aturan dan ancaman-ancaman).

Pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat telah dilaksanakan oleh tim pelaksana yang terdiri dari tiga orang yaitu ketua dan anggota tim pengusul dari dosen tetap Ilmu Administrasi Bisnis, FIS-H UNM dan melibatkan 2 orang mahasiswa.

Kualifikasi tim pelaksana kegiatan program kemitraan masyarakat ini adalah sebagai berikut: Memiliki pengalaman dan kecakapan serta mempunyai kemampuan dalam bidang sosialisasi dan pengabdian pada masyarakat, Memiliki kemampuan manajerial dalam pengendalian kerja tim fasilitator dengan melakukan koordinasi, pengawasan serta pemantauan terhadap tim, dan dapat mengoperasionalkan dan bekerja dengan komputer untuk membuat pelaporan kegiatan-kegiatan lainnya.

Untuk dapat membantu penyelesaian permasalahan mitra dalam kegiatan ini, maka diperlukan kemampuan yang berkaitan dengan pemanfaatan digital marketing. Pelaksanaan *supporting* melalui pendampingan PKM ini tentunya harus didukung kelayakan perguruan tinggi, berupa kualifikasi tim pelaksana, relevansi *skill* tim, sinergisme tim dan pengalaman kemasyarakatan. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan kegiatan ini, dosen yang terlibat di dalamnya (pelaksana) memiliki kompetensi yang relevan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat terkait Edukasi Melalui Kegiatan Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing Di Lapas Kelas IIB Takalar pada hari Sabtu 24 Juni 2023. Kegiatan dimulai pukul 09.00 WITA sampai dengan pukul 12.00 WITA. Kegiatan diawali dengan mengumpulkan peserta di ruang aula yang dibuka secara resmi oleh bapak Kepala Lapas Kelas IIB Takalar (Ashari, A.Md.IP.,S.H.,M.Si) sekaligus menyampaikan sambutan tentang pentingnya pendampingan kegiatan PKM ini bagi warga binaan Lapas Kelas IIB Takalar. Target peserta sebanyak 20 orang yang terdiri dari warga binaan Lapas Kelas II B Takalar.



Gambar 1. Observasi awal situasi Lapas Kelas IIB Takalar sekaligus diundang menjadi narasumber

Setelah sambutan dari bapak Kepala Lapas Kelas IIB Takalar (Ashari, A.Md.IP.,S.H.,M.Si), Pemateri (Yusi Irensi Seppa, S.E.,M.M) menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan mengidentifikasi potensi bisnis dengan pemanfaatan digital marketing yang benar. Peserta terlihat antusias mengikuti kegiatan ini dan mereka sangat tertarik untuk memahami seperti apa pemanfaatan digital marketing yang benar untuk bisnis. Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 24 Juni 2023 berlangsung sampai pukul 12.00 WITA.



Gambar 2. Pemateri pada program kemitraan masyarakat

Selama kegiatan sosialisasi berlangsung, pertanyaan-pertanyaan yang muncul ialah bagaimana cara pemanfaatan digital marketing yang benar untuk bisnis. Untuk pemanfaatan yang benar tersebut, terlebih dahulu kita harus mengenali dan mencari tahu apa *aitu digital marketing* beserta manfaat dan jenis-jenisnya.

Banyak dari peserta yang antusias dan sangat tertarik dengan edukasi ini walaupun dengan berbagai keterbatasan yang ada. Diperlukan Kerjasama antar semua pihak yang terlibat agar kegiatan ini dapat berkembang memberikan manfaat dan menyejahterahkan warga binaan. Secara Proses menunjukkan pelaksanaan program dilaksanakan dapat sesuai dengan rencana pelaksanaan baik dari sisi jadwal maupun pelaksana program namun belum mampu menangani kegiatan selama program berlangsung sehingga unit usaha belum inovatif dan kreatif. Diperlukan strategi pemasaran dengan pemanfaatan digital marketing di era digital saat ini untuk beberapa produk kerajinan tangan yang bercirikan kearifan lokal yang dihasilkan para warga binaan. Belum adanya dan belum terkelolah dengan baik akan *brand*, modal dan daerah pemasarannya menjadi salah satu masalah yang ditemukan. Dan evaluasi produk dibuktikan dengan laporan secara administrasi yang rutin dilaporkan dan juga dari keterangan petugas lapas.

Sejalan dengan hal tersebut, motivasi para warga binaan Lapas kelas II Takalar ini yang diwakili oleh petugas Lapas telah membantu memfasilitasi dan berkoordinasi dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Proses pelaksanaan kegiatan PKM telah berjalan dengan baik dan lancar atas dukungan dari semua pihak mulai dari Bapak Kepala Lapas, Petugas Lapas, Warga Binaan Lapas, mahasiswa dan dosen.



Gambar 3. Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat bersama dosen, mahasiswa dan peserta warga binaan Lapas Takalar

Adapun uraian materi yang telah disampaikan pada kegiatan PKM ini, sebagai berikut: konsep *digital marketing* dan jenis-jenis *digital marketing*.



Gambar 4. Sesi Diskusi Kegiatan Program kemitraan Masyarakat

Dalam kegiatan ini juga dilakukan evaluasi kegiatan yaitu Tes Warna Otak atau *test brain color*. Tes ini menunjukkan tipe kepribadian yang berkaitan dengan karakter wirausaha berdasarkan pola pikir dan cara bertindak. Dengan mengetahui kepribadian yang bersifat *multi-faceted*, memungkinkan orang untuk menerima, menghormati dan menghargai orang lain dengan lebih mudah. Dari 20 orang warga binaan Lapas yang mengikuti evaluasi diperoleh hasil evaluasi tes warna otak yaitu sebanyak 7 orang memenuhi kriteria tipe otak kuning, sebanyak 2 orang memenuhi kriteria tipe otak biru, sebanyak 4 orang memenuhi kriteria tipe otak hijau, dan sebanyak 7 orang memenuhi kriteria tipe otak orange.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Tes Warna Otak

No	Tipe Otak	Jumlah
1.	Kuning	7
2.	Biru	2
3.	Hijau	4
4.	Orange	7
	TOTAL	20

Dapat disimpulkan keempat tipe otak tersebut sebagai berikut, Tipe Otak Kuning : Dapat diandalkan, bertanggung jawab, hati-hati, dan pengambil keputusan yang disiplin. Tipe Otak Biru : Antusias, kreatif, ramah, pemimpin yang mengayomi, hangat, penuh perhatian, kalem dan komunikatif. Tipe Otak Hijau : Independen, teknis, pemecah masalah, pemimpin yang visioner. Tipe Otak Orange : Berani, bersemangat, antusias, pemimpin yang mampu mengambil risiko.



Gambar 5. Pemateri kegiatan dan perwakilan pihak Lapas Kelas IIB Takalar



3.2 Rekomendasi Pemanfaatan *digital marketing* Lapas Kelas IIB Takalar

Dalam aspek ini direkomendasikan konsep digital marketing dengan melihat beberapa aspek seperti aspek operasional diantaranya analisis mengenai lokasi usaha, luas produksi, proses produksi, penggunaan teknologi (mesin/peralatan) dan media sosial. Kemudian penentuan *layout* gedung, mesin, dan peralatan. Kemudian mengenai penggunaan teknologi apakah padat karya atau padat modal. Artinya jika menggunakan padat karya, maka akan memberikan kesempatan kerja, namun jika padat modal justru sebaliknya. Teknis, disini pelaksana PKM menanyakan dimana lokasi bisnis, rencana perluasan untuk kedepannya dan apa rencana dari para warga binaan bila telah kembali ke masyarakat untuk perencanaan bisnis atau usahanya dan pertimbangan-pertimbangan lain untuk mendukung jalannya bisnis tersebut.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan PKM melalui pelatihan telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan dan berjalan dengan baik yang mencakup beberapa komponen, yaitu: keberhasilan target jumlah peserta pelatihan, ketercapaian tujuan pelatihan, ketercapaian target materi yang telah direncanakan, kemampuan peserta dalam praktek dan materi yang dipahami oleh peserta. Kegiatan tersebut *disupport* oleh peran Kepala Lapas Kelas IIB Takalar, petugas lapas serta warga binaan Lapas/peserta. Konsep dan penerapan *digital marketing* merupakan hal yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk sebuah brand atau merek. Digital marketing sangat penting untuk diterapkan dalam usaha memasarkan dan menjual produk, karena kemajuan perkembangan teknologi yang menghasilkan kecenderungan (trend) bisnis semakin bervariasi. Konsep *digital marketing* dengan melihat beberapa aspek seperti analisis mengenai lokasi usaha, luas produksi, proses produksi, modal, SDM, penggunaan teknologi (mesin/peralatan) dan pemanfaatan media sosial dalam proses pemasaran.

Saran yang diberikan yaitu diharapkan adanya Pendampingan melalui Pelatihan ini perlu dilakukan secara berkelanjutan, mengingat bahwa produk kerajinan yang dihasilkan warga binaan Lapas perlu dikembangkan sehingga dapat memberikan keuntungan, Peningkatan jumlah peserta dan implementasi pengetahuan atau kompetensi yang diberikan sehingga dapat memberikan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan, bagi pihak Lapas Kelas IIB agar lebih efektif dan inovatif lagi dalam menjalankan unit-unit usaha lain dengan memberi pelatihan kepada warga binaannya agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dan meningkatkan kerjasama antar pemerintah dan pihak Lapas Kelas IIB Takalar terutama yang terkait dengan pendanaan, agar pengelolaannya dapat dikelola dengan lancar tanpa hambatan dari faktor manapun.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan kegiatan pengabdian program kemitraan masyarakat ini, dimulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan tidak akan terlepas dari rahmat dan hidayah Allah SWT, selain itu kami juga menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak. Untuk itu, kami menyampaikan banyak terima kasih kepada: 1) Rektor Universitas Negeri Makassar UNM; 2) Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum UNM; 3) Ketua jurusan Ilmu Administrasi UNM; 4) Ketua Prodi Ilmu Administrasi Bisnis UNM, pihak Lapas Kelas IIB Takalar beserta warga binaannya, para dosen, mahasiswa, dan tenaga kependidikan yang telah memberikan bantuan, izin dan bekerjasama dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Anshari, Rezha. (2017). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Dalam Pembelian E-Ticketing (Studi Kasus pada Pt Kai Daops 2 di Kota Bandung)*. Skripsi. STIE Ekuitas Bandung.
- Akbar, A. A. (2016). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction dan E Customer Loyalty pada Lazada.co.id*. Jurnal Telkom University Bandung.
- Apriyani, Tri. (2020). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Diambil dari <https://www.suara.com/yoursay/2020/02/10/162614/pengaruh-e-commerce> terhadap-pertumbuhan-ekonomiindonesia



Aulia, S., Kom, S. I., Si, M., I, M. S., Yudhistira, B., Helen, E., & Taruna, Y. (2020). *PROPOSAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Digital Marketing Instagram* Salmonbyesther Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Tarumanagara.

Chakti, Andi Gunawan. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa

Diwyarthi, Ni Desak Made. (2022). *Pengantar Manajemen*.Indramayu: Adab.

<https://idcloudhost.com/ketahui-manfaat-konten-digital-marketing-untukanda/>

Sanjaya, Riduan and Tarigan, J. (2019). *Creative Digital Marketing*.Jakarta: Elex Media Computindo.