

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PENDAMPINGAN PELATIHAN STRATEGI MARKETING
BERBASIS DIGITAL PADA PERAJIN TANGGUI DI BANTARAN
SUNGAI KUIN KECAMATAN ALALAK UTARA BANJARMASIN



Disusun Oleh:

Ketua:

Mahmudah Hasanah, M.Pd (0021037903)

Anggota:

Jumriani, M.Pd (0020109502)

Nurlita Juliana (1810128120002)

Karenina Panca Kiranti (1810128120008)

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN IPS
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN, 2021

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	1
LEMBAR PENGESAHAN.....	2
BAB I PENDAHULUAN	3
A. Analisis Situasi	3
B. Landasan Teori	5
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Pengabdian	14
E. Manfaat Kegiatan	15
BAB II METODE KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT.....	17
A. Khalayak Sasaran	17
B. Metode Kegiatan.....	18
C. Jadwal Kegiatan.....	18
D. Orgnasasi Pelaksanaan	18
BAB III HASIL KEGIATAN.....	20
A. Realisasi Pelaksanaan Kegiatan	20
B. Temuan dan Hasil Evaluasi.....	20
C. Pembahasan	22
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	25
A. Simpulan	25
B. Saran.....	25
DOKUMENTASI KEGIATAN	27
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	34
LETTER OF ACCEPTANCE	36

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PENDAMPINGAN PELATIHAN STRATEGI MARKETING
BERBASIS DIGITAL PADA PERAJIN TANGGUI DI BANTARAN
SUNGAI KUIN KECAMATAN ALALAK UTARA BANJARMASIN**

1. Program Studi : Pendidikan IPS
2. Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Alamat : Jl. Brigjen H. Hasan Basry
Banjarmasin
Telpon : 0511-3304914
Fax : 0511-3304914
3. Ketua Program Studi : Prof. Dr. Ersis Warmansyah Abbas, M.Pd.
4. Ketua Pelaksana : Mahmudah Hasanah. M.Pd
5. Anggota : Nurlita Juliana
Karenina Panca Kiranti
6. Biaya : Rp. 5.000.000
(Lima Lima Juta Rupiah)
7. Sumber Dana : DIPA (PNBP) FKIP ULM 2021

Mengetahui,
Dekan FKIP,

Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si.
NIP. 19650808 199303 1 003

Banjarmasin, 1 September 2021

Ketua Pelaksana,

Mahmudah Hasanah, M.Pd.
NIP. 197903212005012002

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat,



Prof. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si
NIP. 19680507 199303 1 020

TERDAFTAR DI PERPUSTAKAAN FKIP ULM BANJARMASIN		
TANGGAL	NOMOR	
29/9/2021	300 MAH P	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Pendidikan pada hakikatnya mempunyai peranan penting untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Bagi peningkatan mutu pendidikan dan pembelajaran harus mendapat perhatian serius, karena pembangunan Indonesia dimasa mendatang makin memerlukan manusia yang berkualitas, kreatif, dan bertanggung jawab (Djaali, 2008; Jumanta, 2014). Belajar adalah perubahan yang terjadi dalam kemampuan manusia yang terjadi setelah belajar secara terus menerus, bukan hanya disebabkan oleh proses pertumbuhan saja (Abdurrahman, 1999).

Perguruan tinggi sebagai satuan pendidikan penyelenggara pendidikan tinggi yang berkewajiban untuk ikut andil dalam pembentukan keterampilan sosial (Anurrahman, 2009). Ada banyak cara dan bahan yang dapat dikreasikan untuk mendidik, memupuk dan mengembangkan, serta membentuk keterampilan sosial. Melalui keterampilan sosial dapat dilihat bagaimana mahasiswa mengimplementasikan nilai melalui berbagai keterampilan sosial (*Social Skill*) (Walter, 2009; Lynch-Willis, 2019). *Social Skill* atau keterampilan sosial memiliki penafsiran akan arti dan maknanya (Putri & Purnamasari., 2014).

Praktik penumbuhan keterampilan sosial sebagai perilaku spesifik, inisiatif, mengarahkan pada hasil sosial mampu diakomodir melalui ragam mata kuliah tanpa terkecuali kewirausahaan (Santrock, 2012; Astamoen, 2005). Tujuan dari pembelajaran kewirausahaan tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan pembisnis atau *business entrepreneur*, tetapi profesi yang didasari oleh nilai-nilai kewirausahaan. Nilai-nilai kewirausahaan dapat diajarkan melalui mata pelajaran kewirausahaan. Pembelajaran kewirausahaan memang tidak hanya berkontribusi untuk membentuk peserta didik menjadi seorang wirausaha (Hasibuan, 2005; Slameto, 2003). Pada dasarnya kewirausahaan sudah melekat pada diri seseorang. Dengan demikian, pembelajaran kewirausahaan lebih diarahkan untuk membentuk jiwa wirausaha dan nilai-nilai kewirausahaan dalam diri peserta didik. Tujuan utama pembelajaran kewirausahaan adalah membentuk jiwa kewirausahaan peserta didik, sehingga yang bersangkutan menjadi individu yang kreatif, inovatif, dan produktif (Suherman, 2008; Sukmadinata, 2005).

Secara faktual nilai kewirausahaan dapat dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi marketing. Studi empiris menunjukkan urgensi praktik strategi marketing untuk mendapatkan *trend* positif pengembangan usaha kecil menengah (Solomon, Duffy, & Tarabishy, 2002). Secara substansial, digital marketing mencakup

semua upaya pemasaran yang menggunakan perangkat elektronik atau internet. Bisnis memanfaatkan saluran digital seperti search engine, email, media sosial, dan situs web lain untuk terhubung dengan pelanggan saat ini dan calon pelanggan (Juni, 2009). Dengan demikian, diperlukan pelatihan bagi masyarakat yang minim memanfaatkan saluran digital dalam marketing. Pelatihan ini diharapkan membuka wawasan strategi digital marketing untuk menarik minat pelanggan secara online melalui media sosial, situs web.

B. Landasan Teori

1. Kajian Wirausaha dan Kewirausahaan

Wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya atau hidupnya. Ia bebas merancang, menentukan mengelola, mengendalikan semua usahanya. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya (C, Hill, & Leitch, 2003). Wirausaha (*entrepreneur*) adalah seseorang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, untuk kemudian dijualnya dengan harga yang tidak pasti, sambil

membuat keputusan tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumber daya, dan menerima risiko (Miraza, 2008).

Kewirausahaan sebagaimana dikemukakan di atas disimpulkan secara umum merupakan harmonisasi antara kreativitas yang menciptakan ide-ide dengan pertimbangan peluang maupun resiko dan keinovasian dalam menerapkan ide-ide kreatif menjadi suatu bentuk barang dan jasa yang mempunyai nilai jual bagi wirausahawan (Winardi, 2003). Membangun kewirausahaan berarti membangun atau menciptakan sesuatu yang baru. Kehidupan *entrepreneur* adalah kehidupan yang sangat ditentukan oleh pasar karena di situlah *enterpreneur* dan masyarakat bertemu dan berinteraksi untuk saling memperkenalkan dan menjual barang dan jasa dan untuk saling menemukan kebutuhan akan barang dan jasa oleh masyarakat pembeli (Miraza, 2008).

Seorang wirausahawan dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif, karena popularitas produk yang mungkin sukses dijualnya belum tentu bertahan lama. Menurut Astamoen (2005) hal ini terjadi mengingat adanya daur hidup produk (*product life cycle*) terutama produk hasil industri yang melalui lima tahapan, yakni:

- a. Tahapan desain dan pengembangan;
- b. Tahapan pengenalan;
- c. Tahapan pertumbuhan;
- d. Tahapan pematangan dan kematangan;

e. Tahapan penurunan.

Dengan demikian setiap produk dari wirausaha akan mempunyai tahap penurunan permintaan pasar, maka dibutuhkan kreativitas dan inovasi dengan memahami konsep daur hidup melalui penciptaan produk-produk baru setiap kurun waktu tertentu sesuai jenis produknya, supaya tetap dapat eksis bersaing dan usahanya tetap berkembang.

Kewirausahaan mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam berkreasi dan berinovasi, oleh sebab itu objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan (*ability*) seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku (Suryana, 2001). Dengan sendirinya kreativitas dan inovasi merupakan suatu hal yang esensial bagi setiap pelaku dalam kewirausahaan di mana setiap proses perkembangan usaha mulai dari tahap awal sampai pada tahap penurunan dibutuhkan pemikiran kreatif dan inovatif terhadap produk yang dihasilkan.

Tujuannya agar suatu usaha dapat terus menghasilkan keuntungan sehingga dapat bersaing dengan mengikuti selera pasar (konsumen) untuk perkembangan suatu usaha terutama di bidang usaha kecil dan menengah yang mempunyai kapital kecil. Oleh karena itu, wirausaha memerlukan ide-ide kreatif dan inovatif agar dapat efisien dan efektif dalam setiap tahapan. Tujuannya guna menekan penggunaan biaya yang bermuara kepada

penekanan biaya produksi sehingga produk dapat dijual di pasar dengan harga terjangkau oleh konsumen.

a. Sikap Mandiri

Sikap adalah sebagai suatu kesiapan mental atau emosional dalam beberapa jenis tindakan pada suatu yang tepat (Djaali, 2008). Sedangkan menurut Slameto (2003) sikap merupakan sesuatu yang dipelajari dan bagaimana individu bereaksi terhadap situasi serta menentukan apa yang dicari individu dalam kehidupan.

Dimensi kepribadian seseorang selalu dipengaruhi atau dikendalikan faktor internal dan faktor eksternal. Bagi sebagian orang, kekuatannya selalu tergantung pada dirinya sendiri tetapi bagi orang lain kekuatannya tidak tergantung pada dirinya sendiri melainkan faktor eksternal seperti orang lain, nasib, keberuntungan atau kebetulan. Dikatakan sikap mandiri apabila orang tersebut mampu mendewasakan dirinya sendiri, dan apabila berhasil mendewasakan dirinya sendiri akan mampu membentuk pendapat atau pandangannya sendiri tentang masalah atau peristiwa yang terjadi dalam lingkungannya.

Kepemilikan kemampuan dalam menghadapi masalah dan peristiwa tersebut maka individu akan mampu pula membentuk pandangan yang paling baik bagi orang lain. Orang yang selalu mengandalkan kekuatan yang ada pada dirinya sendiri disebut juga mempunyai keinginan untuk menguasai dan mengendalikan

tindakan-tindakan sendiri dengan tidak mengharapkan bantuan atau pengaruh orang lain (Miraza, 2008).

Sikap mandiri adalah kemampuan seseorang berdiri sendiri dalam segala aspek kehidupannya. Dengan demikian individu yang berdiri di atas kaki sendiri akan mengambil inisiatif, mengatasi sendiri kesulitan-kesulitannya dan ingin melakukan hal-hal oleh dirinya sendiri. Tanda-tanda dari sikap sendiri adalah pengambilan inisiatif, mencoba mengatasi rintangan-rintangan dalam lingkungannya, mencoba mengarahkan tingkah laku ke arah yang sempurna, memperoleh kepuasan dari bekerja, dan mencoba mengerjakan sendiri tugas-tugas rutinnya.

b. Pengetahuan Kewirausahaan

Pengertian pengetahuan menurut kamus Bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang diketahui. Wirausahawan secara umum adalah orang-orang yang mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada, ide adalah hal yang utama. Dengan demikian maka pengetahuan berwirausaha adalah segala sesuatu yang diketahui seseorang tentang berwirausaha. Setiap orang pasti punya pikiran, tapi hanya sedikit yang punya ide, sehingga dalam berwirausaha diperlukan pengetahuan sehingga ide-ide/gagasan yang kreatif dan inovatif dapat memunculkan bentuk-bentuk wirausaha yang terus aktual dan memiliki trend dalam kebutuhan konsumen.

c. Motivasi Berwirausaha

Motivasi adalah proses membangkitkan, mengarahkan dan memantapkan perilaku arah suatu tujuan. Motivasi merupakan hal yang melatar belakangi individu berbuat untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Robbins (2001) motivasi adalah kesediaan individu untuk mengeluarkan berbagai upaya dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Motivasi dapat dicermati dari ketegangan yang dialami oleh individu, semakin besar ketegangan, semakin tinggi tingkat upaya yang ditunjukkan individu dalam mencapai tujuannya.

Motivasi berasal dari kata Latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Pentingnya motivasi adalah karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal (Hasibuan, 2005). Motivasi adalah tenaga yang menggerakkan dan mengarahkan aktivitas seseorang dan dapat merupakan tujuan dan alat dalam pembelajaran serta berkaitan dengan minat. Motivasi bisa bersifat internal, artinya datang dari dirinya sendiri; dapat juga bersifat external yaitu dari guru, orang tua, teman dan sebagainya (Tyka, 2007). Oleh karena itu, memahami motivasi yang ada pada individu patut juga memahami beberapa teori yang dikemukakan oleh para pakar.

2. Digital Marketing (Pemasaran Digital)

Di era perkembangan internet di mana hampir seluruh dunia memfokuskan perubahan digitalisasi di berbagai area seperti pemasaran, di mana media pemasaran merubah media konsumsinya dari surat kabar, majalah, radio, dan TV menjadi media internet. Dan menurut Internet World Stats pada tahun 2012 internet digunakan oleh 2,4 milyar pengguna di seluruh dunia, dan penggunaanya terus bertambah pertahunnya (Diamond, 2015). Pemasaran digital merupakan pendekatan pemasaran yang baru dan bukan hanya pemasaran tradisional yang diperkuat oleh elemen digital saja (Kotler, 2009). Pemasaran digital mempunyai karakteristik dan dinamika tersendiri yang harus dipelajari dan dipahami lebih dalam untuk dapat menggunakan media pemasaran digital ini secara efektif baik dari segi taktik atau strategi pemasarannya (Nicolino, 2004).

Jalur pemasaran digital satu arah seperti website, e-mail newsletters, online directories, dan banner advertising merupakan alat pemasaran yang memiliki tingkat kontrol dari perusahaan yang sangat tinggi, dengan website yang memiliki potensi terbesar sebagai satu brand dari perusahaan tersebut, sedangkan SEO dan SEA merupakan alat pemasaran yang tidak dapat dikendalikan sepenuhnya oleh perusahaan (Heini & Heikki, 2014). Oleh karena

”

hanya memiliki kemampuan untuk memberikan informasi terhadap pembeli barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan, yang memiliki peran yang sangat besar untuk meningkatkan kesadaran atau pengetahuan pembeli akan suatu perusahaan tersebut (Sanjaya & Tarigan, 2009).

Jalur pemasaran digital dua arah yang dikendalikan penuh oleh perusahaan seperti blog sudah mulai tidak populer lagi akibat munculnya media sosial yang mengubah hubungan antara pemasar dan pembeli dari kendali kekuasaan berada di tangan pemasar menjadi kendali kekuasaan berada di tangan pembeli. Sifat dasar dari media sosial yang merupakan alat komunikasi dua arah antara perusahaan dengan pembeli yang dapat membuat percakapan antara pembeli dengan perusahaan menjadi lebih mudah (Wheeler, 2009). Namun, dalam media sosial para pembeli tidak mengharapkan sebuah kata-kata pemasaran, tetapi sebuah bukti nyata atau informasi nyata yang terbentuk dari percakapan mengenai suatu brand perusahaan tersebut, di mana para pembeli menginginkan informasi dan percakapan yang nyata dan asli (Heini & Heikki, 2014).

3. Social Media (Media Sosial)

Media sosial merupakan program internet yang dapat memberi jalan untuk seseorang dapat berinteraksi dan membangun hubungan dengan sesama (Bungin, 2008). Media sosial juga dapat

membantu seseorang untuk membagikan opini, informasi, pengalaman, dan perspektif masing-masing, di mana pendapat tersebut dapat diakses melalui program berbasis internet baik lewat media visual ataupun audio visual, seperti blog, YouTube, Instagram, dan sebagainya.

Jaringan sosial media juga merupakan sebuah servis yang menyediakan jasa layanan untuk seseorang dapat membuat profil publik atau semi-publik di dalam sebuah sistem tertutup yang dapat menyambungkan individu yang satu dengan individu lainnya, dengan cara dan sistem yang berbeda-beda di setiap program atau jaringan sosialnya. Media sosial tersebut juga dapat digunakan untuk mendorong seorang konsumen untuk mengutarakan pendapatnya terhadap produk atau jasa yang ditawarkan, dan mempublikasikan pendapatnya di dalam jaringan sosial di internet, yang nantinya dapat meningkatkan pengetahuan akan konsumen yang membaca komentar atau pendapat orang tersebut terhadap pasar maupun barang atau jasa yang ditawarkan (Pineiro-Otero & Martinez-Rolan, 2016).

Media sosial juga merupakan kumpulan dari aplikasi yang memberikan kebebasan terhadap penggunanya. Media sosial hanya akan berhenti berfungsi jika tidak ada lagi pengguna yang menulis atau mengutarakan pendapatnya ke dalam aplikasi tersebut. Media sosial juga memiliki karakteristik di mana pesan yang disampaikan

oleh seorang pengguna tersampaikan tidak hanya pada satu pengguna tetapi tersampaikan kepada banyak pengguna sekaligus, sehingga pesan yang tersampaikan cenderung lebih cepat dari pada media lain (Tritama & Tarigan, 2016).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan analisis situasi dan landasan teori di atas, dapat disimpulkan bahwa diperlukan satu bentuk kegiatan sebagai Pendampingan pelatihan strategi marketing berbasis digital pada perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin dipaparkan secara operasional sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi usaha perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin?
2. Bagaimana bentuk pelatihan strategi marketing berbasis digital perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin?
3. Bagaimana keterlibatan pelatihan strategi marketing berbasis digital perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin?

D. Tujuan Pengabdian

Adapun tujuan dari kegiatan ini antara lain:

1. Mendeskripsikan kondisi usaha perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin?

2. Menggambarkan bentuk pelatihan strategi marketing berbasis digital perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin?
3. Menjelaskan keterlibatan pelatihan strategi marketing berbasis digital perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin.

E. Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan ini diharapkan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin khususnya perajin *tanggung* dalam memanfaatkan teknologi. Namun, secara rinci dimaksudkan sebagaimana berikut:

1. Bagi masyarakat bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin memberikan wawasan terhadap strategi marketing berbasis digital.
2. Bagi Program Studi Pendidikan IPS
 - a. Sebagai bentuk kepedulian terhadap peningkatan sumber daya manusia dalam bidang marketing.
 1. Peningkatan kerjasama antar instansi khususnya Pendidikan Ekonomi dan masyarakat di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin.

2. Sebagai sarana komunikasi antar institusi dan mahasiswa Program Studi pendidikan Ekonomi tentang strategi marketing berbasis digital perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin.

BAB II

METODE KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

A. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian mencakup tiga kelompok, yakni; Pengelola Program Studi Pendidikan IPS (seluruh dosen), mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS, dan perajin *tanggung* digital masyarakat di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin. Adapun perajin *tanggung* tersebut, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 2.1

Daftar Nama Perajin Tanggung

No	Nama	Usia
1	Nurma	52 tahun
2	Sanah	48 tahun
3	Mahlita	51 tahun
4	Hamimah	44 tahun
5	Tarmiji	52 tahun
6	Rusli	44 tahun
7	Idrus	61 tahun
8	Arbainah	72 tahun

Sumber: Peneliti (data diolah, 2020)

B. Metode Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan bentuk **“Strategi marketing berbasis digital perajin *tanggung* di bantaran Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin”** dilakukan dalam dua bentuk kegiatan, yaitu; pertama, diskusi mengenai jenis strategi marketing berbasis digital perajin *tanggung*. Kedua, pelatihan pemanfaatan saluran digital dalam marketing produk *tanggung* sehingga dapat meningkatkan minat pelanggan.

C. Jadwal Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin. Kegiatan dilaksanakan dalam dua minggu, pada:

Hari/Pukul : Sabtu

Tanggal : 22 dan 29 Agustus 2021

Tempat : Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara

D. Orgnasasi Pelaksanaan

Ketua:

Nama Lengkap : Mahmudah Hasanah, M.Pd.

NIDN : 0021037903

Program Studi : Pendidikan IPS

Anggota:

Nama Lengkap : Jumriani, M.Pd.

NIDN : 0020109502

Program Studi : Pendidikan IPS

BAB III

HASIL KEGIATAN

A. REALISASI PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian pendampingan pelatihan strategi marketing berbasis digital pada perajin tanggui di bantaran sungai kuin kecamatan Alalak Utara Banjarmasin. Pendampingan pada kegiatan ini dilakukan *barinstorming* untuk membuka mindset tentang pentingnya membuat kelompok atau wadah dalam bentuk paguyuban serta pengelolaan sistem manajemen yang baik. Penyuluhan Aspek yang akan dikaji dalam kegiatan ini adalah aspek pemasaran maupun manajemennya.

Adapun bentuk kegiatan dilaksanakan dalam dua bentuk. Pertama, diskusi mengenai permasalahan sosial yang dekat dengan kehidupan remaja. Kedua, melakukan diskusi kelompok terkait permasalahan sosial tersebut guna meningkatkan kemampuan keterampilan sosial-pemecahan masalah remaja. Pelaksanaan dilakukan pada desain pelaksanaan setengah hari (*half day*), yang dipraktikkan pada 22 dan 29 Agustus 2021.

B. TEMUAN DAN HASIL EVALUASI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian **Pelatihan Strategi Marketing Berbasis Digital Pada Perajin Tanggui Di Bantaran Sungai Kein Kecamatan Alalak Utara Banjarmasin** dilaksanakan. Secara khusus lokasi penelitian di Kelurahan Alalak Selatan,

tepatnya kampung Tanggui. Kerajinan tangan yang dijual Yanti berada di Jalan Kuin Selatan, Kelurahan Kuin Cerucuk, RT 5, Kecamatan Banjarmasin Utara. Di Kampung Tanggui tersebut, ia menjual berbagai macam kerajinan tangan khas Banjar mulai dari gantungan kunci, tas anyaman hingga hiasan dinding.

Tujuan pendampingan ini secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu tujuan jangka panjang untuk membangun nama baik kelompok usaja, mendidik konsumen, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk. Adapun tujuan jangka pendek diantaranya menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perubahan/penyempurnaan produk. Strategi bisnis yang akan dipilih dan dikembangkan untuk mempertahankan kelangsungan UMKM adalah strategi kooperatif yang dapat menghasilkan sumber daya baru sebagai sumber diferensiasi dan pengurangan biaya. Keberhasilan usaha akan terwujud jika dikelola dengan berpola pikir bahwa kolaborasi tidak hanya dipandang sebagai taktik untuk mengurangi biaya, tetapi lebih dari itu yaitu berperan strategis untuk menciptakan inovasi yang meningkatkan kinerja (Widjajanti, 2016).

Terciptanya wadah dalam bentuk paguyuban, sehingga para pengusaha kecil di Kampung Purun dapat saling bertukar informasi baik tentang pemasaran maupun keuangan. Selain itu, juga memberikan dampak pada aspek pemasaran, para pengusaha kecil

dapat menyusun perencanaan pemasaran dengan tepat sehingga laba akan meningkat.

C. PEMBAHASAN

Untuk menyelesaikan semua permasalahan yang dihadapi mitra, maka dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan dengan berbagai tahapan. Tahap pertama awal kegiatan Tim Pengabdian melakukan konsultasi dengan ketua pembina kelompok pengrajin di Kampung Purun untuk mengetahui jenis materi pelatihan dan menetapkan tanggal pelatihan dan pendampingan. Setelah konsultasi dilakukan maka kegiatan tahap kedua inti pelaksanaan pengabdian yaitu pelatihan dan pendampingan.

Gambar 1.1

Aktivitas Perajin





Sumber: Dokumentasi, 2021

Kegiatan ini dilakukan untuk menyelesaikan dan menjawab permasalahan yang ada yaitu : Permasalahan pertama bagaimana menyusun strategi pemasaran untuk usaha kecil (UMKM) di pengrajin Kampung Purun yaitu dengan memberikan pelatihan tentang jenis-jenis strategi pemasaran yang berguna bagi usaha kecil contohnya memaparkan jenis-jenis strategi promosi untuk usaha kecil yang memang sangat dibutuhkan karena pelaku usaha merasa tidak pernah melakukan promosi. Supaya produk yang dihasilkan usaha kecil dapat diketahui masyarakat luas kemudian akan meningkatkan omset penjualannya. Pelatihan dilanjutkan dengan praktek cara membuat promosi sederhana dengan menggunakan berbagai macam alat promosi massal dan individu. Hal positif adalah antusias peserta yang ikut dalam pelatihan ini, sehingga diharapkan dengan materi yang diberikan dapat

memotivasi pelaku usaha kecil ini untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan dengan alat-alat promosi yang telah diajarkan. Permasalahan kedua bagaimana dapat meningkatkan pendapatan melalui peningkatan mutu dan diferensiasi untuk usaha kecil (UMKM). Pelatihan dengan praktek cara membuat promosi sederhana dan diharapkan dapat memotivasi pelaku usaha kecil ini untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan dengan alat-alat promosi yang telah diajarkan serta menambah penghasilan dari alternatif-alternatif produk dengan bahan dasar yang mudah ditemui. Para pelaku UKM antusias mengikuti pelatihan tata cara pembuatan produk UKM khususnya yang bergerak dalam bidang jasa kuliner. Hal tersebut dilakukan agar didapat pemahaman tentang pentingnya mengatur modal dan bahan untuk memproduksi barang serta memberikan berbagai diversifikasi produk yang layak dipasarkan. Para peserta UKM menunjukkan antusiasnya mengikuti pelatihan diversifikasi produk.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN

Dengan diadakannya pengabdian kepada masyarakat ini disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian tentang pendampiangn strategi pemasaran Pada UMKM pengrajin tanggui dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Respon dari para peserta sangat antusias selama mengikuti kegiatan. Hal ini dapat dilihat dari pertanyaan dan diskusi yang dilakukan selama pelatihan. Dengan demikian menunjukkan bahwa minat dan keinginan yang sangat besar bagi peserta untuk merasarkan hasil produksinya serta dapat mengembangkan serta mengelola usaha dengan baik. Saran yang dapat disampaikan adalah bahwa perlu dilakukan tindak lanjut kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dengan melakukan strategi pemasaran pada UMKM pengrajin tanggui oleh para peserta penyuluhan dan pelatihan dapat lebih berkembang dan tertata usahanya.

B. SARAN

Adapun saran untuk pengembangan kegiatan masyarakat Program Studi Pendidikan IPS FKIP Universitas Lambung Mangkurat antara lain kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang akan datang adalah mengadakan pelatihan dan

pendampingan tentang penerapan tatakelola keuangan UKM terutama pengaturan penggunaan dana modal dan bahan baku serta pendirian paguyuban UMKM agar para pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman dan pengalaman dari pihak lainnya. Sehingga dengan adanya keeratan hubungan antar pelaku UMKM diharapkan dapat tumbuh dan berkembang secara bersama-sama.

1. Program Studi Pendidikan IPS FKIP Universitas Lambung Mangkurat mampu meningkatkan pola kegiatan serupa di beberapa lembaga sebagai bentuk peningkatan kepedulian sosial.
2. Bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS FKIP Universitas Lambung Mangkurat diharapkan mampu mengaplikasikan kemampuan akademik dalam pembimbingan bagi masyarakat umum.
3. Meningkatkan kerjasama dengan lembaga sosial dalam peningkatan kualifikasi sumber daya manusia dan penerapan pengalaman sosial yang bermakna.

DOKUMENTASI KEGIATAN









DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. (1999). *Pendidikan Bagi Anak Berkesulitan Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anurrahman. (2009). *Belajar dan Pembelajaran*. Bandung: Alfabeta.
- Astamoen, P. M. (2005). *Enterpreneurship*. Bandung: Alfabeta.
- Bungin, B. (2008). *Kontruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana.
- C, H., Hill, F., & Leitch. (2003). *Enterpreneurship Education and Training*. Ashgate Aldershot.
- Diamond, S. (2015). *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta : Serambi Ilmu Semesta.
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. S. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Heini, T. M., & Heikki, K. (2014). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 635-636.
- Jumanta. (2014). *Model dan Metode Pembelajaran Kreatif dan Berkarakter*. Bogor: Ghalia.
- Juni, Z. H. (2009). *Globalisasi: Respons Terhadap Krisis Ekonomi Global*. Yogyakarta : Mida Pustaka.

- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran (alih Bahasa Jaka Wasana)*. Jakarta: Airlangga.
- Lynch-Willis, P. G. (2019). *Developing Critical Thinking Skills through Multicultural Literature in Kindergarten: A Qualitative Case Study (Doctoral dissertation)*. Northcentral University.
- Miraza, B. H. (2008). *Mencermati Perilaku Enterpreneur*. Medan: Penerbit USU Press.
- Nicolino, P. F. (2004). *The complete Ideal's guides Brand Managemnt*. Jakarta: Prenada.
- Putri, S. D., & Purnamasari., A. (2014). Keterampilan sosial pada siswa taman kanak-kanak tahfidz. *Jurnal Psikologi Integratif* 2 (1), 71-85.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: : PT Elex Media Komputindo.
- Santrock, J. (2012). *Life-span development: perkembangan masa-hidup edisi ketigabelas jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Solomon, G., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The State of Entrepreneurship Education in The United States: A Nationwide Survey and Analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education* 1 (1), 1-22.

- Suherman, E. (2008). *Desain Pembelajaran Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2005). *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*. Bandung: PT Rosda Karya.
- Suryana. (2001). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Walter, P. (2009). Local knowledge and adult learning in environmental adult education: Community-based ecotourism in southern Thailand. *International Journal of lifelong education*, 28 (4), 513-532.
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity. Edisi ke-3*. Canada: Wiley.
- Winardi. (2003). *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Jakarta : Kencana Prenada.

LAMPIRAN

LETTER OF ACCEPTANCE

August 31st, 2021

Dear Authors,

On the behalf of the released our journal *The Innovation of Social Studies Journal*. We are pleased to inform that your paper, entitled:

“Digital Marketing: a Marketing Strategy for Local Products in the Digital Era”

Written by Mahmudah Hasanah, Rochgiyanti, Jumriani, Nurlita Juliana, and Karenina Panca Kiranti

Has been **ACCEPTED** and will be proceed to be published in *The Innovation of Social Studies Journal*, Vol. 3, No. 1 on March 2021.

We congratulate for your achievement. The technical issues about the publication will be informed later at <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/iis>. Thank you very much for participating in our journal.

Kindest Regards,

Chief of Editor



Ersis Warmansyah Abbas



SURAT TUGAS
Nomor: 1909d /UN8.1.2/KP/2021

Memperhatikan surat Koordinator Program Studi Pendidikan IPS Nomor 116/UN8.1.2.1.6/KP/2021 tanggal 25 Agustus 2021, Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat menugaskan:

No.	Nama	NIPK/NIM	Jabatan
1	Muhammad Adhitya Hidayat Putra, M.Pd.	19900514201801101001	Asisten Ahli/Ketua
2	Dr. Ismi Rajiani	-	Dosen/Ketua
3	Muhammad Azhari Mutaqin	1910128210020	Mahasiswa/Anggota
4	Taufik Rahman	1910128110011	Mahasiswa/Anggota

Untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul **“Pelatihan Desain Kaos Berbasis Aplikasi Adobe Photoshop dan Corel Draw Bertemakan City Branding Kota Banjarmasin”**, yang dilaksanakan pada:

Waktu Penelitian : bulan Juni 2021

Tempat Penelitian : Banjarmasin

Demikian surat tugas ini dibuat untuk disampaikan dan dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Banjarmasin,
Dekan

02 JUN 2021


Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si.
NIP 196508081993031003

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Pelaksana : Upaya Meningkatkan Kecerdasan Ekologis melalui Komik Edukasi Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Banjar sebagai Sumber Belajar Ekonomi

Nama Lengkap : Mahmudah Hasanah, M.Pd.
NIDN : 0021037903
Jabatan Fungsional : Lektor / IIC
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Nomor HP : +62 813-4727-5325
Alamat surel (e-mail) : mahmudahhasanah@ulm.ac.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : M. Adhitya Hidayat Putra. M.Pd.
NIDK : 8873201019
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat

Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke- 1 dari rencana 1 tahun

Biaya Keseluruhan : Rp 16.000.000

Mengetahui,
Dekan FKIP,

Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si.
NIP. 19650808 199303 1 003

Banjarmasin, Desember 2020
Ketua Pelaksana,


Mahmudah Hasanah, M.Pd.
NIP. 19790321 200501 2 002

Menyetujui,

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Prof. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si

NIP. 19680507 199303 1 020

TERDAFTAR DI PERPUSTAKAAN FKIP ULM BANJARMASIN		
TANGGAL	NOMOR	
6/2021 11	330.07 MAH 4	



SURAT TUGAS

Nomor: 3311 /UN8.1.2/KP/2021

Memperhatikan surat Koordinator Program Studi Pendidikan IPS Nomor 116/UN8.1.2.1.6/KP/2021 tanggal 10 Agustus 2021, Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat menugaskan:

No.	Nama/NIP/NIM	Pangkat/Golongan	Jabatan
1	Mahmudah Hasanah, M.Pd. 197903212005012002	Lektor Penata/III/c	Dosen / Ketua
2	Jumriani, S.Pd., M.Pd. 199510202019032014	Penata Muda Tk.I/III/b	Dosen/Anggota
3	Nurlita Juliana 1810128120002	-	Mahasiswa/ Anggota
4	Karenina Panca Kiranti 1810128120008	-	Mahasiswa/ Anggota

Untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul **“Pendampingan Pelatihan Strategi Marketing Berbasis Digital pada Perajin Tanggui di Bantaran Sungai Kuin Kecamatan Alalak Utara Banjarmasin”**, yang dilaksanakan pada :

Waktu Penelitian : bulan Agustus 2021

Tempat Penelitian : Sungai Kuin kecamatan Alalak Utara

Demikian surat tugas ini dibuat untuk disampaikan dan dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Banjarmasin,
Dekan,

Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si.
NIP 196508081993031003



**PEMERINTAH KOTA BANJARMASIN
KECAMATAN BANJARMASIN UTARA
KELURAHAN ALALAK SELATAN**

Komp. Dasamaya II RT. 14 RW.02

SURAT KETERANGAN

Nomor : 067/079/RAH-ASN/2021

Yang bertanda Tangan di bawah ini Lurah Alalak Selatan, Menerangkan Bahwa :

Nama : Mahmudah Hasanah, M.Pd. (Ketua)
: Jumriani. M.Pd. (Anggota)
: Nurlita Juliana (Anggota)
: Karenina Panca Kiranti (Anggota)
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan IPS
Judul Penelitian : *Pendampingan Pelatihan Strategi Marketing Berbasis Digital Pada Perajin Tanggui di Bantaran Sungai Kuin Kecamatan Alalak Utara Banjarmasin*

Telah selesai melakukan penelitian di lingkungan Alalak Selatan. Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan dari Tanggal 1 September 2021.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Banjarmasin, 6 September 2021

Lurah,

JURNANI
PENATA
NIP. 19690705 198201 2 008

LETTER OF ACCEPTANCE

August 31st, 2021

Dear Authors,

On the behalf of the released our journal *The Innovation of Social Studies Journal*. We are pleased to inform that your paper, entitled:

“Digital Marketing: a Marketing Strategy for Local Products in the Digital Era”

Written by Mahmudah Hasanah, Rochgiyanti, Jumriani, Nurlita Juliana, and Karenina Panca Kiranti

Has been **ACCEPTED** and will be proceed to be published in *The Innovation of Social Studies Journal*, Vol. 3, No. 1 on March 2021.

We congratulate for your achievement. The technical issues about the publication will be informed later at <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/iis>. Thank you very much for participating in our journal.

Kindest Regards,

Chief of Editor



Ersis Warmansyah Abbas

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
BANJARMASIN

SURAT PERJANJIAN KERJA

Nomor : 3428a /UN8.1.2//PG/2021

Pada hari ini Senin Pada Tanggal Tiga Puluh Bulan Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh yang bertandatangan di bawah ini :

1. Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si. : Selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, yang Selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA ;
2. Mahmudah Hasanah, M.Pd. : Yang bertindak dan atas nama TIM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT dengan Judul

"Pendampingan Pelatihan Strategi Marketing Berbasis Digital Pada Produsen Urung Ketupat di Kelurahan Sungai Baru Kota Banjarmasin"

Yang selanjutnya disebut PIHAK KEDUA :

Telah membaca dan meneliti yang diajukan, maka kedua belah pihak sepakat telah mengadakan Perjanjian kerja tentang Pengabdian kepada Masyarakat dengan ketentuan uraian pasal - pasal seperti tersebut di bawah ini.

Pasal I
Tugas Pekerjaan

PIHAK PERTAMA meminta kepada PIHAK KEDUA, dan PIHAK KEDUA menerima untuk Melaksanakan pekerjaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul :

"Pendampingan Pelatihan Strategi Marketing Berbasis Digital Pada Produsen Urung Ketupat di Kelurahan Sungai Baru Kota Banjarmasin"

Sampai menjadi naskah dan melengkapi/menyempurnakan kekurangan setelah di evaluasi/ di Seminarkan apabila diminta.

Pasal II
Pegangan Kerja

Tugas pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat seperti tersebut pada Pasal I wajib diselesaikan oleh PIHAK KEDUA berdasarkan rancangan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah disepakati seperti tercantum dalam lampiran Surat Perjanjian Kerja

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
BANJARMASIN

SURAT PERJANJIAN KERJA

Nomor : 3428a /UN8.1.2//PG/2021

Pada hari ini Senin Pada Tanggal Tiga Puluh Bulan Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh yang bertandatangan di bawah ini :

1. Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si. : Selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, yang Selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA ;
2. Mahmudah Hasanah, M.Pd. : Yang bertindak dan atas nama TIM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT dengan Judul

"Pendampingan Pelatihan Strategi Marketing Berbasis Digital Pada Produsen Urung Ketupat di Kelurahan Sungai Baru Kota Banjarmasin"

Yang selanjutnya disebut PIHAK KEDUA :

Telah membaca dan meneliti yang diajukan, maka kedua belah pihak sepakat telah mengadakan Perjanjian kerja tentang Pengabdian kepada Masyarakat dengan ketentuan uraian pasal – pasal seperti tersebut di bawah ini.

*Pasal I
Tugas Pekerjaan*

PIHAK PERTAMA meminta kepada PIHAK KEDUA, dan PIHAK KEDUA menerima untuk Melaksanakan pekerjaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul :

"Pendampingan Pelatihan Strategi Marketing Berbasis Digital Pada Produsen Urung Ketupat di Kelurahan Sungai Baru Kota Banjarmasin"

Sampai menjadi naskah dan melengkapi/menyempurnakan kekurangan setelah di evaluasi/ di Seminarkan apabila diminta.

*Pasal II
Pegangan Kerja*

Tugas pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat seperti tersebut pada Pasal I wajib diselesaikan oleh PIHAK KEDUA berdasarkan rancangan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah disepakati seperti tercantum dalam lampiran Surat Perjanjian Kerja

Pasal III
Jangka Waktu Penyelesaian Pekerjaan

PIHAK KEDUA melaksanakan pekerjaan tersebut pada Pasal I terhitung mulai Surat Perjanjian Kerja ini ditandatangani dan berakhir paling lambat tanggal Satu Bulan Nopember Tahun Dua Ribu Dua Puluh sebanyak 3 (tiga) rangkap dan diterima dalam keadaan baik oleh PIHAK PERTAMA

Pasal IV

Nilai Perjanjian untuk menyelesaikan pekerjaan dalam Pasal I adalah sebesar **Rp 5.000.000,-** Pembayaran dibagi dua tahap, tahap pertama sebanyak 75% dan tahap kedua sampai selesai hasil Pengabdian kepada Masyarakat dibayar 25% dan pembayaran melalui BPP FKIP Unlam setelah Surat Perjanjian Kerja ini ditandatangani oleh PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

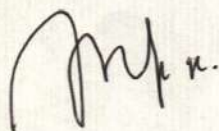
Pasal V

1. Apabila penyerahan hasil pekerjaan ini tidak dilaksanakan pada waktu yang telah ditentukan dalam Pasal III, maka PIHAK KEDUA dikenakan denda sebesar 1% untuk setiap hari untuk keterlambatan dengan jumlah denda setinggi-tingginya 5% dari nilai perjanjian dengan mana dilaksanakan khusus keterlambatan dan tanpa memperhatikan ayat III dan ayat V ini.
2. Dalam hal ini denda maksimal telah tercapai, maka atas dasar pertimbangan Fakultas PIHAK PERTAMA berhak membatalkan Surat Perjanjian Kerja ini secara sepihak.
3. Apabila pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dan prosesnya tetap dilanjutkan oleh Pihak kedua dan apabila telah disepakati bersama kembali, maka apabila terjadi keterlambatan akan dikenakan kembali denda dan sanksi sesuai pasal 5 ayat 1 dan 2 diatas
4. Apabila diputuskan kontrak secara sepihak sesuai dengan ayat 2 pasal 5 ini maka PIHAK KEDUA diwajibkan membayar ganti rugi sebesar dana yang sudah diterima dan menyerahkan Selengkapannya berkas - berkas hasil Pengabdian kepada Masyarakat kepada PIHAK PERTAMA

Pasal VI
Penutup

Demikian Surat Perjanjian Kerja ini dibuat dengan persetujuan kedua belah pihak dan dibuat 3 (tiga) rangkap yang aslinya untuk PIHAK PERTAMA dan tembusanya untuk PIHAK KEDUA dan BPP FKIP ULM.

PIHAK KEDUA



Mahmudah Hasanah, M.Pd.
NIP. 197903212005012002

PIHAK PERTAMA



Dr. Chairil Faif Pasani M.Si.
NIP. 1965080819931003

Pasal III
Jangka Waktu Penyelesaian Pekerjaan

PIHAK KEDUA melaksanakan pekerjaan tersebut pada Pasal I terhitung mulai Surat Perjanjian Kerja ini ditandatangani dan berakhir paling lambat tanggal Satu Bulan Nopember Tahun Dua Ribu Dua Puluh sebanyak 3 (tiga) rangkap dan diterima dalam keadaan baik oleh PIHAK PERTAMA

Pasal IV

Nilai Perjanjian untuk menyelesaikan pekerjaan dalam Pasal I adalah sebesar Rp 5.000.000,- Pembayaran dibagi dua tahap, tahap pertama sebanyak 75% dan tahap kedua sampai selesai hasil Pengabdian kepada Masyarakat dibayar 25% dan pembayaran melalui BPP FKIP Unlam setelah Surat Perjanjian Kerja ini ditandatangani oleh PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA.

Pasal V

1. Apabila penyerahan hasil pekerjaan ini tidak dilaksanakan pada waktu yang telah ditentukan dalam Pasal III, maka PIHAK KEDUA dikenakan denda sebesar 1% untuk setiap hari untuk keterlambatan dengan jumlah denda setinggi-tingginya 5% dari nilai perjanjian dengan mana dilaksanakan khusus keterlambatan dan tanpa memperhatikan ayat III dan ayat V ini.
2. Dalam hal ini denda maksimal telah tercapai, maka atas dasar pertimbangan Fakultas PIHAK PERTAMA berhak membatalkan Surat Perjanjian Kerja ini secara sepihak.
3. Apabila pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dan prosesnya tetap dilanjutkan oleh Pihak kedua dan apabila telah disepakati bersama kembali, maka apabila terjadi keterlambatan akan dikenakan kembali denda dan sanksi sesuai pasal 5 ayat 1 dan 2 diatas
4. Apabila diputuskan kontrak secara sepihak sesuai dengan ayat 2 pasal 5 ini maka PIHAK KEDUA diwajibkan membayar ganti rugi sebesar dana yang sudah diterima dan menyerahkan Selengkapya berkas - berkas hasil Pengabdian kepada Masyarakat kepada PIHAK PERTAMA

Pasal VI
Penutup

Demikian Surat Perjanjian Kerja ini dibuat dengan persetujuan kedua belah pihak dan dibuat 3 (tiga) rangkap yang aslinya untuk PIHAK PERTAMA dan tembusanya untuk PIHAK KEDUA dan BPP FKIP ULM.



PIHAK KEDUA

Mahmudah Hasanah, M.Pd.
NIP. 197903212005012002

PIHAK PERTAMA

Dr. Chairil Faif Pasani M.Si.
NIP. 1965080819931003



DAFTAR HADIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PENDAMPINGAN PELATIHAN STRATEGI MARKETING BERBASIS
DIGITAL PADA PERAJIN TANGGUI DI BANTARAN
SUNGAI KUIN KECAMATAN ALALAK UTARA BANJARMASIN
SABTU, 28 AGUSTUS 2021

NO	Nama	Tanda Tangan
1	Mahmudah Hasanah, M.Pd.	1.
2	Jumriani, M.Pd.	2.
3	Nurlita Juliana	3.
4	Karenina Panca Kiranti	4.
5	Arbainah	5.
6	Hamimah	6.
7	Idrus	7.
8	Mahlita	8.
9	Nurma	9.
10	Rusli	10.
11	Sanah	11.
12	Tarmiji	12.