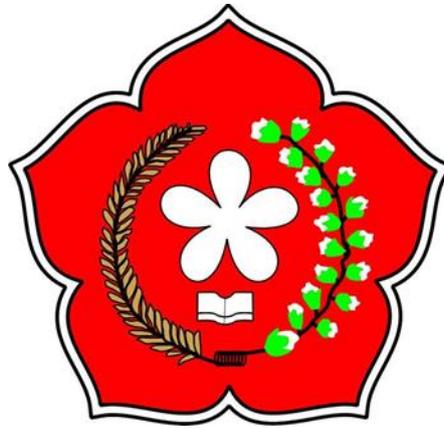


LAPORAN HASIL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

**PELATIHAN BAGI WIRAUSAHA PEMULA ADVANCED TRAINING MELALUI
DIGITAL MARKETING DAN DESAIN KEMASAN**
(Pengabdian dalam Kegiatan Pengembangan Kewirausahaan dan Ketenagakerjaan
Pemuda Pertanian (YESS Programme) Kalimantan Selatan)



OLEH:

SUDIRWO, S.E., M.M.
NIDN: 1102087701

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PANCASETIA
BANJARMASIN
2022

HALAMAN PENGESAHAN

1.	Judul Pengabdian	: Pelatihan bagi Wirausaha Pemula Advanced Training melalui Digital Marketing dan Desain Kemasan (Pengabdian dalam Kegiatan Pengembangan Kewirausahaan dan Ketenagakerjaan Pemuda Pertanian (YESS Programme) Kalimantan Selatan)
2.	Bidang Pengabdian	: Manajemen Pemasaran
3.	Tim Pelaksana	:
	Nama	: Sudirwo, S.E., M.M.
	Jabatan dalam Tim	: Ketua Tim
	NIP/NIDN	: 1128057801
	Pangkat/Golongan	: III/b
	Jabatan	: Asisten Ahli
	Bidang Keahlian	: Manajemen dan TIK
	Alamat Rumah	: Jalan Rajawali Ruko No. 1 Komet, Kota Banjarbaru
	Nomor Telepon / HP	: 082331972345
5.	Jangka Waktu Kegiatan	: 7-9 November 2022
6.	Bentuk Kegiatan	: Pelatihan
7.	Lokasi Kegiatan	: Dinas Pertanian Kabupaten Banjar / DIT Banjar
8.	Biaya Kegiatan	: Rp. 15.500.000,-
9.	Sumber Biaya Kegiatan	: Mandiri, Panitia Pelaksana dan Bantuan Yayasan Pendidikan Sumber Ilmu

Banjarmasin, 23 Desember 2022

Mengetahui :
Kepala LPPM STIE Pancasetia Banjarmasin,



Dr. Anthonius J. Karsudjono, S.E., M.M.
NIK 440118134

Ketua Tim Pelaksana,

Sudirwo, S.E., M.M.
NIDN 1102087702

Menyetujui :
Ketua STIE Pancasetia Banjarmasin,



Dr. H. Nurus Sjamsi, S.E., M.M.
NIK 440309005

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan limpahan rahmat dan hidayahNya jualah, akhirnya pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat dilaksanakan sesuai rencana dan dapat diselesaikan dengan baik. Adapun laporan ini dengan judul: **Pelatihan bagi Wirausaha Pemula Advanced Training melalui Digital Marketing dan Desain Kemasan (Pengabdian dalam Kegiatan Pengembangan Kewirausahaan dan Ketenagakerjaan Pemuda Pertanian (YESS Programme) Kalimantan Selatan).**

Penulis memahami bahwa selama proses pelaksanaan dan penyusunan laporan ini, kami mendapat dukungan dan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang meriah ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Nurus Sjamsi, S.E., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin.
2. Bapak Dr. Anthonius Junianto Karsudjono, S.E., M.M. selaku Ketua LPPM STIE Pancasetia Banjarmasin.
3. Bapak Budi Santoso, S.TP, M.Si. selaku Kepala SMK-PP Negeri Banjarbaru sekaligus Penanggung Jawab PPIU YESS Kalsel.
4. Semua pihak yang mendukung secara moril maupun materi atas terlaksananya kegiatan Pelatihan ini.

Laporan ini tidak terlepas dari kekurangan dan saran yang membangun sangat diperlukan. Oleh karena itu, penulis menaruh harapan yang tinggi dan memberikan kritik dan saran untuk perbaikan dan penyempurnaan. Semoga laporan ini dapat memberikan kontribusi yang terbaik bagi kemajuan dunia pendidikan khususnya STIE Pancasetia Banjarmasin, dan hasil dari acara ini dapat diterapkan dengan baik kepada para peserta, institusi dan masyarakat sekitar.

Banjarmasin, 23 Desember 2022

Penulis,

Sudirwo, S.E., M.M.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Analisis Situasi	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Kegiatan	6
1.4 Manfaat Kegiatan	7
II. MATERI KEGIATAN DAN SUBJEK PENGABDIAN	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Subjek Pengabdian	10
III. MATERI DAN METODE PENGABDIAN	12
3.1 Topik Pengabdian Kepada Masyarakat	12
3.2 Metode yang digunakan	13
3.3 Susunan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat	14
3.4 Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat	15
3.5 Jadwal Pengabdian Kepada Masyarakat	15
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan	17
4.2 Pembahasan	19
V. PENUTUP	20
5.1 Simpulan	20
5.2 Saran	21
DAFTAR PUSTAKA	22
LAMPIRAN	24

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Pengabdian.....	15
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Skematis Kerangka Pemecahan Masalah	12
Gambar 2. Susunan Kegiatan Pengabdian.....	14
Gambar 3. Peta Lokasi Pelatihan dan Kantor.....	15
Gambar 4. Menyampaikan materi Digital Marketing	17
Gambar 5. Mengamati desain kemasan produk.....	18
Gambar 6. Foto bersama peserta, narasumber dan panitia pelaksana	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Tugas/Surat Undangan	25
Lampiran 2. Daftar Hadir Peserta & Narasumber	28
Lampiran 3. Foto-Foto Kegiatan	30
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup/CV Narasumber	32
Lampiran 5. Materi/Produk Artikel	37

I. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Usaha mikro, kecil dan menengah berperan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi daerah. Sejak pandemi Covid-19 melanda Indonesia, selain menimbulkan masalah kesehatan, keterpurukan ekonomi negara menjadi isu utama yang harus dibenahi. Sejak pandemi Covid-19, pendapatan UMKM di Indonesia turun dan banyak usaha yang terpaksa tutup karena kekurangan pembeli akibat kebijakan PPKM (Jaelani & Suhaemi, 2021).

Setiap pelaku usaha pasti menginginkan produknya laris manis alias laku, baik dipasarkan secara lokal maupun global. Namun, tidak semua produk dapat menarik konsumen untuk memilih sendiri produknya di hadapan banyak pilihan. Konsumen seringkali memilih produk lain yang relatif baru namun menarik secara tampilan. Misalnya dalam hal makanan, konsumen lebih cenderung memilih produk dengan kemasan yang unik dan menarik. Oleh karena itu kemasan produk yang menarik menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh industri makanan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Kemasan biasanya merupakan bagian terluar dari produk pangan dan non pangan dan fungsinya untuk melindungi produk.

Pengemasan didefinisikan sebagai kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus sebagai suatu produk oleh Kotler dan Keller (2009) dalam (Makmun, 2020). Tujuan utama pengemasan adalah untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan dengan benda lain. Namun, bisnis sekarang menggunakan kemasan untuk menarik pelanggan ke produk yang mereka hasilkan dan jual. Kemasan yang menarik secara visual dapat membantu membangun ekuitas merek dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Karena pengemasan adalah aspek pertama dari suatu produk yang dipertimbangkan calon pelanggan saat memutuskan apakah akan melakukan pembelian. Oleh karena itu, setiap produsen biasanya mendesain kemasan untuk menarik konsumen terhadap produk yang

mereka jual. Produsen seringkali berusaha menciptakan kesan positif terhadap barang yang mereka produksi dan jual melalui pengemasan. Oleh karena itu, setiap produsen berusaha untuk menciptakan kemasan yang unik, meskipun produk yang mereka jual serupa dengan yang dijual oleh produsen lain di segmen yang sama.

Diharapkan dengan mengikuti acara ini, para peserta khususnya UKM dapat mengaplikasikan inovasi pada kemasan produknya, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan bersaing secara global. Jika desain kemasan produk menarik maka akan membantu penjualan produk (Ratnasari et al., 2022).

Pemilik dan pengelola Usaha Sale and Chips Pisang “Amalia” lebih memahami era digital dan disrupsi pada industri makanan, serta pentingnya dan urgensi pemasaran digital dalam pemasaran produk makanan guna meningkatkan omzet usaha (Mulyana et al., 2020).

Oleh karena itu, UMKM harus beradaptasi dengan kondisi baru di era pandemi Covid-19 yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan industri kreatif di dunia digital sehingga pemasaran produk UMKM dapat meningkat pesat dan memperluas jangkauannya. Pelaku UMKM juga harus mulai memahami teknologi dan ekonomi digital agar tidak tertinggal dari pelaku UMKM lainnya. Dalam konteks ini, tampaknya UMKM harus mulai merambah ranah digital, khususnya menerapkan pemasaran digital melalui media seperti Facebook, Instagram, dan Line (Wijoyo, 2020).

Menurut (Soleh & Adinugraha, 2022) ada banyak platform media sosial yang bisa digunakan, antara lain WhatsApp, Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter, Line, Telegram, dan sebagainya. Media sosial jenis ini sangat cocok untuk UMKM, karena berjualan melalui media sosial tentunya hanya membutuhkan kuota internet. sehingga biayanya nol. (Sudirwo et al., 2021) pemanfaatan media sosial Instagram berdampak positif terhadap perkembangan pemasaran produk Al Firdaus, sehingga terjadi peningkatan followers dan penjualan Instagram. Selain itu, pengoperasiannya sederhana, dan penggunaanya banyak, sehingga

menjadi media promosi praktis yang murah, dapat diandalkan, dan dapat menjangkau semua pengguna dimanapun lokasinya.

Selain itu, semakin banyak negara berkembang menawarkan peluang bagi pedagang, terutama UMKM. Menggunakan marketplace tentunya memiliki keuntungan tersendiri bagi para pelaku bisnis, salah satunya adalah meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap para pelaku bisnis, dan dengan maraknya pelaku toko online yang melakukan penipuan melalui media sosial, kata tidak lagi takut ditipu. Selain keunggulan tersebut, jaringan yang luas membuat toko kami dikenal lebih banyak orang, sehingga meningkatkan jumlah pelanggan potensial. Marketplace yang bisa digunakan pelaku UMKM antara lain Lazada, Shopee, Bukalapak, Tokopedia, JD.ID, BliBli.com, dan lainnya.

Karena dikatakan bahwa media sosial dan penjualan melalui marketplace adalah cara terbaik untuk menjangkau konsumen, maka strategi pemasaran yang digunakan adalah dengan membuat marketplace, Shopee, dan menggunakan media sosial Instagram untuk promosi. Karena saat ini hampir semua orang memiliki akun media sosial, dan di masa pandemi, orang akan lebih banyak berbelanja ke pasar (Sutikno et al., 2021).

Lokakarya strategi pemasaran digital (Budianto et al., 2020) akan menjadi pilihan yang membahas pemasaran UMKM di era teknologi global melalui kreativitas dan inovasi agar efektif dan fungsional. Lokakarya tentang strategi pemasaran digital akan membantu UKM mengidentifikasi masalah pemasaran dari teknologi aplikasi yang ada, menggunakan aplikasi untuk memasarkan produk masing-masing UKM, serta melacak dan mencegahnya, memaksimalkan pendapatan melalui aplikasi, serta mengidentifikasi dan menghilangkan hambatan untuk menganalisis dengan lebih mudah. dan mengevaluasi hasil hambatan penggunaannya. Tujuan dari program pelatihan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait kemasan yang unik dan menarik serta meningkatkan pemasaran melalui layanan digital (Makmun, 2020).

Diharapkan pelatihan digital marketing dapat digunakan dengan pelatihan pembuatan konten dalam digital marketing, yang akan memungkinkan pembeli untuk mendapatkan semua informasi tentang produk dan berbisnis di Internet, memantau kebutuhan dan keinginan konsumen potensial terutama melalui media sosial dan untuk membalas Facebook. Membuka usaha untuk membangun jiwa wirausaha untuk menarik konsumen, mempromosikan produk, mempertahankan konsumen dan meningkatkan penjualan yang pada gilirannya meningkatkan keuntungan (Wijoyo et al., 2020).

Sebagai hasil dari kegiatan ini, para pelaku UMKM memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana menggunakan kemasan yang menarik dan media sosial untuk mendukung pemasaran online (Anugrah et al., 2022). (Umami et al., 2020) Kemasan produk memungkinkan konsumen untuk menilai suatu produk dari segi manfaat, estetika, dan kualitasnya. Desain produk yang unik menambah nilai pemasaran makanan ringan melalui iklan digital.

Program *Youth Entrepreneurship and Employment Support Services* (YESS) merupakan kegiatan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pertanian Republik Indonesia bekerja sama dengan IFAD, atau International Fund for Agricultural Development, untuk mempromosikan kewirausahaan dan lapangan kerja bagi kaum muda di sektor pertanian. 220.000 anak muda akan mendapat manfaat dari program ini. YESS akan menyasar remaja pedesaan berusia 16 hingga 30 tahun sesuai dengan Undang-Undang Kepemudaan tahun 2009. Namun, beberapa ruang gerak akan diizinkan selama periode implementasi agar sesuai dengan definisi Kementerian Pertanian tentang pemuda (sebagaimana dinyatakan dalam Keputusan Kementan nomor 15 /KPTS/SM.210/I/03/2018), termasuk petani muda hingga usia 35 tahun. Kelompok sasaran utama program YESS adalah kaum muda dari latar belakang miskin dan rentan, khususnya

kaum muda pedesaan yang hidup di bawah garis kemiskinan nasional (NPL) dan berisiko miskin, hidup dengan kurang dari 3,1 USD per hari (Kementerian Pertanian RI, 2019).

Sebagian besar investasi akan terkonsentrasi di empat provinsi sasaran: Kalimantan Selatan, Sulawesi Selatan, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Sedangkan lokus di Kalsel terkonsentrasi di Kabupaten Tanah Bumbu, Tanah Laut, dan Banjar. Keempat provinsi ini dipilih berdasarkan matriks kriteria penargetan, antara lain kepadatan penduduk, indikator kemiskinan dan mendekati kemiskinan, potensi pertumbuhan pertanian dan pasar, migrasi dan imigrasi pemuda, serta keberadaan BDSP (Badan Penyedia Layanan) dan lembaga TVET pertanian.

Kegiatan YESS dalam mendukung pertanian pemuda, kewirausahaan, dan magang akan difokuskan pada beberapa kabupaten di setiap provinsi sasaran, yang dipilih berdasarkan kriteria berikut: (i) kepadatan kemiskinan; (ii) potensi pengembangan kegiatan pertanian berbasis pasar; (iii) keberadaan PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) dan kualitas layanan; dan (iv) logistik program.

Kegiatan YESS dibagi menjadi empat kelompok komponen yang saling berhubungan dan saling melengkapi: Komponen 1 dan 2 berfokus pada pengembangan keterampilan pemuda pedesaan dan layanan pengembangan usaha, serta penciptaan lapangan kerja; Komponen 3 menghubungkan pemuda dengan lembaga keuangan; dan Komponen 4 menciptakan lingkungan kebijakan yang kondusif bagi keberhasilan pekerja dan pengusaha muda pedesaan. Pelatihan, pemagangan, bantuan permodalan, pendampingan, fasilitator pemuda, penggerak, dan stakeholder daerah merupakan salah satu kegiatan dari masing-masing komponen tersebut (multi-stakeholder).

Kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu bentuk program pembinaan kewirausahaan pemuda pedesaan bagi para pengusaha pertanian pemula untuk mendapatkan pelatihan lanjutan desain kemasan dan pemasaran digital. Dari segi pengetahuan, peserta

dapat memperbaiki desain kemasan produk yang sudah ada dan melakukan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka identifikasi masalah yang ditemui di lapangan sebagai berikut:

1. Harus ada upaya untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan peserta sebagai pengusaha pertanian pemula.
2. Banyak peserta yang tidak menyadari pentingnya desain kemasan dan pemasaran digital.
3. Pengetahuan harus diberikan kepada peserta untuk memperbaiki desain kemasan produk.
4. Perlu diberikan pengetahuan kepada peserta untuk melakukan digital marketing agar jangkauan pemasaran lebih luas.

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan berikut untuk dibantu penyelesaiannya melalui pengabdian kepada masyarakat:

1. Bagaimana agar peserta yang merupakan wirausahawan pertanian baru dapat termotivasi untuk mengasah kemampuan dan keterampilannya?
2. Bagaimana peserta dipersiapkan untuk memperbaiki desain kemasan produk mereka?
3. Bagaimana kesiapan peserta untuk melakukan digital marketing agar jangkauan pemasarannya lebih luas?

1.3 Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan pengabdian ini berupa pelatihan desain kemasan dan *digital marketing* yang akan diikuti oleh peserta adalah untuk:

1. Memotivasi peserta untuk mengasah kemampuan dan keterampilan.
2. Memperbaiki desain kemasan produk peserta.

3. Menggunakan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pemasaran.

1.4 Manfaat Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki keunggulan sebagai berikut:

1. Peserta akan memiliki kemampuan dan keterampilan untuk meningkatkan kualitas produk dan jangkauan pemasaran melalui digital marketing.
2. Peserta memiliki kemampuan dan keterampilan seperti kemampuan mendesain kemasan produk, melakukan pemasaran digital, melengkapi legalitas/perizinan, PIRT, mempelajari marketplace, dan mengoptimalkan media sosial.
3. Peserta mampu memperbaiki desain kemasan produk.
4. Peserta akan dipersiapkan untuk terlibat dalam pemasaran digital.

II. MATERI KEGIATAN DAN SUBJEK PENGABDIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pemasaran

Fungsi pemasaran sangat penting dalam suatu organisasi atau bisnis karena bertujuan untuk menghasilkan pendapatan dalam organisasi atau bisnis untuk memastikan kelangsungan hidupnya. Selain itu, perusahaan atau organisasi menerapkan kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan berdasarkan harapan.

Menurut Philip Kotler dalam (Fadilah, 2020) pemasaran adalah proses sosial di mana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan layanan berkualitas tinggi dengan pihak lain.

Pemasaran menurut (Shinta, 2011) adalah suatu proses manajemen yang membantu individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain atau kegiatan yang berkaitan dengan penyampaian produk atau jasa dari produsen pelaksana ke konsumen.

Menurut J. Stanton dalam (Fadilah, 2020) pemasaran adalah keseluruhan sistem kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang memenuhi kebutuhan baik pembeli saat ini maupun calon pembeli.

Sofjan Assauri (2013) dalam (Musnaini et al., 2020), mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan berbagai program yang disusun dalam pembentukan, pengembangan, dan pemeliharaan laba hasil transaksi/pertukaran melalui pasar sasaran guna mencapai tujuan perusahaan jangka panjang. Oleh karena itu, pemasaran dapat diartikan sebagai bagian

penting dari bisnis dimana perencanaan, harga, bentuk iklan dan bagaimana proses tersebut berhubungan dengan penyampaian produk, sebelum suatu produk atau jasa dipasarkan kepada konsumen.

2.1.2 Digital Marketing

Perubahan teknologi sangat cepat dan cara berpikir tentang dunia berubah begitu cepat sehingga pengusaha perlu memperbaiki dan mengubah sistem pemasaran yang berbeda. Bisnis yang ingin mempromosikan produk atau layanan mereka harus mempertimbangkan untuk mengalihkan sistem pemasaran tradisional mereka ke digital. Pengusaha, wirausahawan, dan konsumen semuanya dapat memperoleh manfaat dari kesederhanaan dan efektivitas pemasaran digital berkat kemajuan teknologi. Pengusaha menggunakan pemasaran digital sebagai alat periklanan yang efektif dan memberikan kemudahan kepada pelanggan.

Sistem pemasaran sebelumnya (pemasaran tradisional) telah digantikan oleh sistem pemasaran digital. Pengusaha, perusahaan, industri (besar dan kecil) dan UKM mendapatkan biaya yang murah dengan pemasaran digital dan menemukan bakat di masa globalisasi.

Pemasaran digital adalah sistem pemasaran yang paling banyak digunakan dan populer untuk bisnis yang menawarkan produk atau layanan dan untuk pembeli yang menikmati produk atau layanan tersebut. Saat ini, pemasaran digital dianggap lebih efektif daripada sistem lain. Karena pemasaran digital lebih nyaman, serbaguna, dan lebih cepat daripada metode lainnya. Hal ini tidak hanya memudahkan konsumen, tetapi juga berfungsi sebagai alat yang ampuh bagi pemasar yang ingin menjangkau target pasar mereka (Iram & Chopade, 2018). Pengusaha, investor mikro, perusahaan berbasis produk, dan bisnis lainnya menggunakan pemasaran digital untuk menawarkan produk atau layanan mereka (Chole & Dharmik, 2018).

Jadi bisa dikatakan pemasaran digital tidak ada batasannya karena bisnis bisa menggunakan perangkat apa saja untuk beriklan misal laptop, ponsel, tablet, TV, wallpaper dan juga melalui media sosial, email, video, SEO, dan banyak lagi. produk dan layanan.

2.1.3 Desain Kemasan

Menurut (Klimchuk & Krasovec, 2007) kemasan didefinisikan sebagai desain kreatif yang menggabungkan bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi dan elemen desain yang mengandung informasi produk untuk memasarkan produk. Pengemasan ini digunakan untuk mengemas, melindungi, mengirim, melepas, menyimpan, dan mengidentifikasi serta membedakan produk di pasar.

Pengemasan mengacu pada aktivitas di mana Kotler dan Keller mendesain dan memproduksi paket atau kemasan sebagai produk oleh Kotler dan Keller dalam (Makmun, 2020). Tujuan utama pengemasan adalah untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan dengan benda lain. Namun, perusahaan menggunakan kemasan untuk memikat pelanggan agar membeli produk yang mereka buat dan jual. Kemasan yang dirancang dengan baik dan khas dapat membantu membangun ekuitas merek dan meningkatkan penjualan produk. Karena kemasan merupakan bagian pertama dari produk yang dilihat oleh calon pembeli atau konsumen, maka dapat menarik atau menolak pembeli. Produsen biasanya berurusan dengan pengemasan produk untuk merangsang minat konsumen terhadap produk tersebut. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik terhadap produknya melalui kemasan dengan mengembangkan desain kemasan yang berbeda, unik dan menarik yang membedakannya dari produk pesaing dalam segmentasi pasar yang sama.

2.2 Subjek Pengabdian

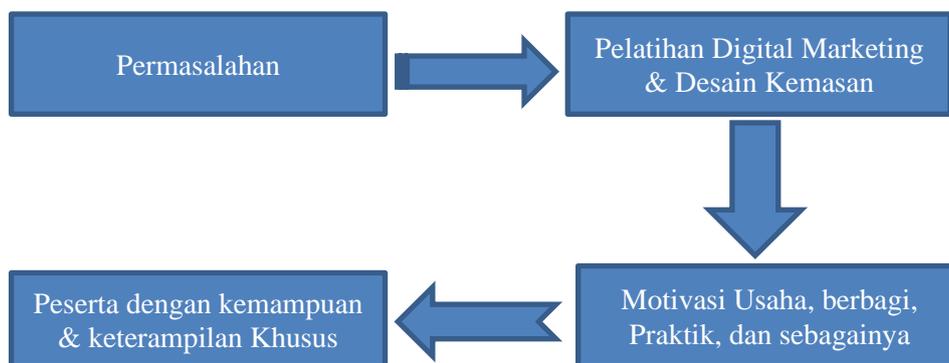
Subyek pengabdian adalah 30 peserta dari Program *Youth Entrepreneurship and Employment Support Services* (YESS) wilayah Kabupaten Banjar. Sekolah Menengah

Kejuruan Pembangunan Pertanian Kota Banjarbaru yang merupakan pelaksana Unit Pelaksana Proyek Provinsi *Provincial Project Implementation Unit* (PPIU) Kalimantan Selatan memilih dan menentukan sasaran atau peserta pelatihan kegiatan ini.

III. MATERI DAN METODE PENGABDIAN

3.1 Topik Pengabdian Kepada Masyarakat

Topik yang dibahas dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi pengenalan dan pemahaman tentang desain kemasan produk dan pemasaran digital. Pendekatan yang tepat bermanfaat dalam hal kualitas produk dan jangkauan pemasaran melalui pemasaran digital. Akibatnya, kerangka pemecahan masalah operasional berikut diusulkan dengan menerapkan langkah-langkah kerja dalam pengabdian masyarakat:



Gambar 1. Bagan Skematis Kerangka Pemecahan Masalah

Gambar 1 menggambarkan kerangka kerja umum untuk menyelesaikan masalah dari kegiatan ini. Berbagai alternatif disusun untuk memecahkan masalah dimulai dari masalah yang muncul. Alternatif yang paling mungkin untuk diimplementasikan dipilih dari antara opsi yang tersedia.

Kegiatan pelatihan dilakukan untuk membekali peserta pelatihan dengan pengetahuan dan pemahaman tentang kemampuan membuat desain kemasan produk dan melakukan pemasaran digital. Bapak Sudirwo, SE, MM, Bapak Ginanjar Sutrisno, Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Kabupaten Banjar, Dinas Kesehatan Kabupaten Banjar, dan Rumah Pengemasan Kabupaten Banjar akan memberikan materi ini. Materi Pak Sudirwo berisi berbagai topik terkait pengetahuan dan pemahaman untuk melakukan digital marketing, seperti pengenalan marketplace populer dan e-commerce, serta optimalisasi media sosial.

Langkah-langkah yang akan dilakukan selama pelatihan adalah sebagai berikut::

- a. ceramah;
- b. demonstrasi;
- c. diskusi; dan
- d. praktik.

3.2 Metode yang digunakan

kegiatan ini terdiri dari tiga tahap pengayaan pelatihan. Berikut adalah tahapan pelatihan yang telah disediakan:

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi :

- Survei tempat.
- Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran.
- Menetapkan peserta pelatihan.
- Menentukan narasumber.
- Penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi: makalah, modul dan slide presentasi untuk kegiatan pelatihan.

b. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian ini disesuaikan dengan jadwal pelaksanaan yang telah disiapkan.

Hari Pertama, Senin, 7 November 2022

- Wawasan digital marketing
- Pengenalan periklanan digital
- Pengenalan aplikasi pertanian
- Perizinan OSS

Hari Kedua, Selasa 8 November 2022

- Pengenalan marketplace dan ecommerce populer
- Optimalisasi media sosial
- Perizinan pangan industri rumah tangga (PIRT)

Hari Ketiga, Rabu 9 November 2022

- Desain Kemasan, Logo dan Iklan.

c. Metode Pelatihan

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu:

- Metode Ceramah atau Presentasi, dimaksudkan untuk menyampaikan informasi untuk materi yang bersifat umum dan teoritis dengan memanfaatkan *LCD Projector*.
- Metode Demonstrasi, pelatih melihat dan memberikan contoh dari bahan materi.
- Metode Diskusi atau Dialogis, dimaksudkan untuk tanya jawab dan diskusi.
- Metode Praktik, dimaksudkan untuk memberikan kesempatan peserta dalam menerapkan materi yang telah disampaikan menggunakan sarana pribadi yang dimiliki.

3.3 Susunan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

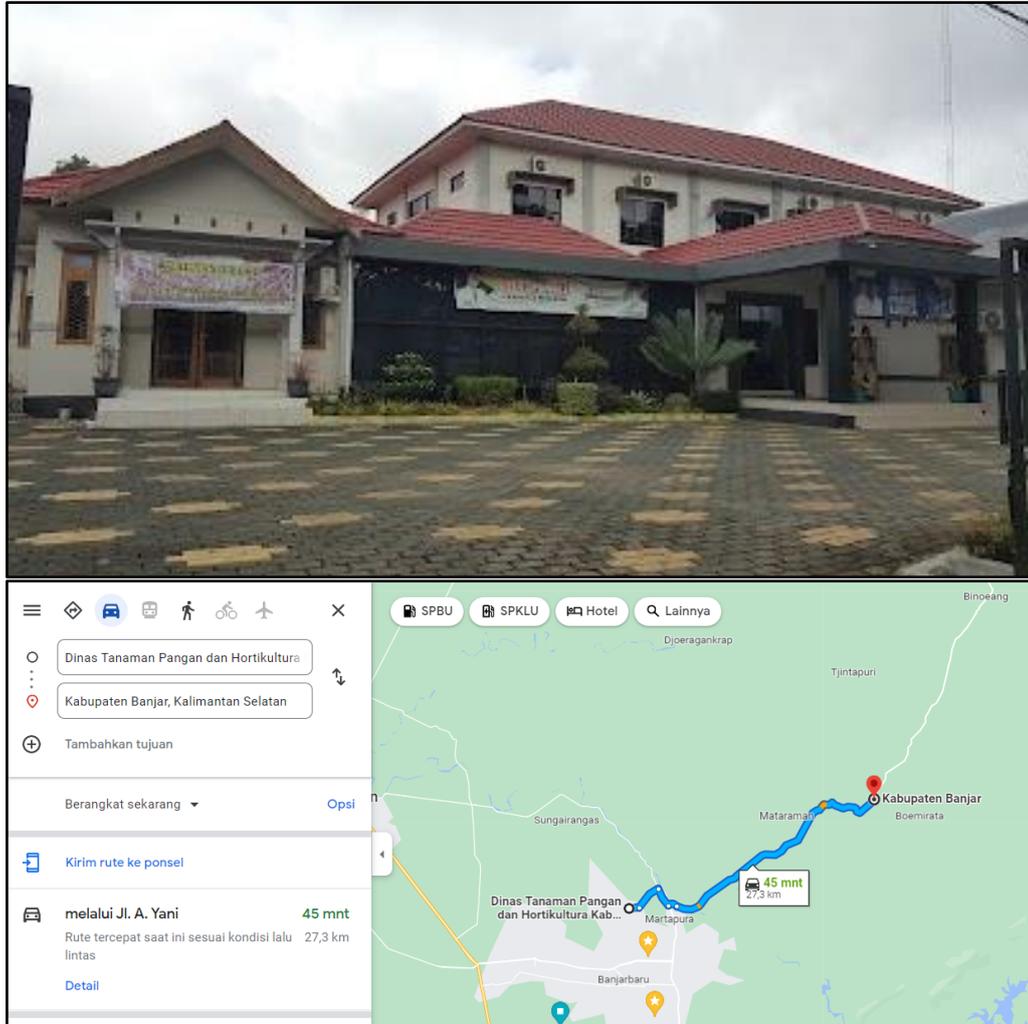
Hari/Tgl	Pukul	Materi	Narsum
Selasa 8 Desember 2022	08.00-09.30	Pengenalan marketplace dan ecommerce populer	Sudirwo, S.E., M.M.
	09.30-12.00	Optimalisasi media sosial	

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2022

Gambar 2. Susunan Kegiatan Pengabdian

3.4 Lokasi Pengabdian Kepada Masyarakat

Lokasi pengabdian ini dilaksanakan di Dinas Pertanian Kabupaten Banjar, Jl. Padang Anyar No. 331 RT. 04 RW. 02 Desa Tungkaran Martapura.



Gambar 3. Peta Lokasi Pelatihan dan Kantor

3.5 Jadwal Pengabdian Kepada Masyarakat

Tabel 1. Jadwal Pengabdian

No.	Uraian Kegiatan	Bulan Ke-		
		1	2	3
1	Survei awal pemantapan program	X		
2	Pendaftaran Peserta	X		
3	Seminar rencana kegiatan	X		
4	Pemantapan makalah/modul desain kemasan dan <i>digital marketing</i>		X	
5	Pelaksanaan pelatihan: <u>Penjelasan:</u> a. Meningkatkan desain kemasan produk			X

	b. Melakukan <i>digital marketing</i>			
6	Pembuatan laporan			X
7	Seminar hasil kegiatan			X
8	Revisi laporan			X
9	Penggandaan laporan			X
10	Penyerahan laporan			X

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pelatihan Bagi Pemula Pelatihan Lanjutan Melalui Pemasaran Digital dan Desain Kemasan (Program Pengabdian kepada Pemuda Pertanian Kewirausahaan dan Pengembangan Lapangan Kerja (Program YESS) Kalimantan Selatan) dilakukan dengan tatap muka, diskusi, dan metode praktik berjalan lancar dan lancar di Dinas Pertanian Kabupaten Banjar. Kegiatan akan berlangsung pada 7-9 November 2022. Pertemuan tatap muka diadakan dalam bentuk kuliah dengan topik seperti pemasaran digital, desain kemasan, dan perizinan. Kegiatan dilanjutkan dengan tanya jawab peserta dan narasumber, kemudian praktik.



Gambar 4. Menyampaikan materi Digital Marketing

Narasumber kegiatan ini disampaikan oleh Bapak Sudirwo, SE, MM, Bapak Ginanjar Sutrisno, Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Terpadu Kabupaten Banjar, Dinas Kesehatan Kabupaten Banjar, dan Rumah Pengemasan Kabupaten Banjar. Bapak Sudirwo, SE, MM dari STIE Pancasetia Banjarmasin memberikan materi tentang berbagai aspek pengetahuan dan pemahaman untuk melakukan digital marketing, seperti pengenalan marketplace populer dan e-commerce serta optimalisasi media sosial.



Gambar 5. Mengamati desain kemasan produk

Secara umum kegiatan pelatihan sebagai bagian dari upaya menghadapi persaingan usaha ini berjalan dengan lancar dan sukses, meskipun banyak peserta yang menyatakan keprihatinan bahwa waktu pelatihan masih kurang dan infrastruktur yang diperlukan masih kurang atau tidak tersedia.



Gambar 6. Foto bersama peserta, narasumber dan panitia pelaksana

Akhirnya, para peserta menerima pengenalan dan pemahaman yang mereka inginkan. Para peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat bagi mereka.

4.2 Pembahasan

Berikut hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini :

1. Tercapainya tujuan kegiatan Pengabdian.
2. Penyelesaian materi yang ditugaskan.
3. Kemampuan peserta dalam menguasai materi.
4. Semangat peserta untuk melanjutkan pelatihan di lain hari.

Tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini tercapai dengan baik, dibuktikan dengan pemahaman peserta terhadap aspek peningkatan desain kemasan produk dan melakukan pemasaran digital, serta kemampuan mereka untuk menerapkan apa yang mereka pelajari selama kegiatan. Dari segi hasil praktikum, materi yang diberikan cukup baik; sebagian besar peserta sudah menguasai materi dengan baik, terbukti dari pengamatan para pelaksana di akhir kegiatan. Kemampuan peserta dalam menguasai materi ditunjukkan dengan kemampuannya menjawab pertanyaan yang diberikan dan diskusi yang dilakukan oleh pelaksana. Peserta juga dapat mengajukan pertanyaan kritis berdasarkan materi yang diberikan. Secara keseluruhan, para peserta merasa senang dengan kegiatan KKN yang telah dilaksanakan; peserta merasa terbantu dengan kegiatan ini karena kegiatan ini diperlukan sebagai bagian dari kompetensi mereka dalam mengenal dan memahami kemampuan dan keterampilan dalam melakukan digital marketing dan membuat desain kemasan produk.

Beberapa peserta menyatakan antusias mengikuti kegiatan tersebut dengan menyarankan agar dilanjutkan pada hari lain dengan waktu pelatihan yang lebih lama.

V. PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pendatang Baru sebelum dilaksanakan, telah disusun Pelatihan Lanjutan Melalui Digital Marketing dan Desain Kemasan (Pengabdian Kegiatan Pengembangan Kewirausahaan dan Ketenagakerjaan Pemuda Pertanian Kalimantan Selatan (Program YESS)) berdasarkan intervensi dari program kewirausahaan pemuda pertanian dan pengembangan lapangan kerja. Mengingat beragamnya pelatihan, para narasumber diberikan materi mengenai aspek-aspek melakukan digital marketing dengan mengenalkan marketplace populer dan e-commerce, serta mengoptimalkan media sosial, guna membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.
2. Karena keterbatasan fasilitas dan waktu pelatihan, maka durasi latihan tidak dapat melatih seluruh peserta secara personal dalam keterampilan seperti pembentukan kelompok, latihan, dan sebagainya. Kelemahan dan kekurangan yang ditemui selama pelatihan dapat menjadi masukan agar kegiatan selanjutnya dapat diselesaikan dengan waktu yang lebih banyak.
3. Manfaat dari kegiatan pelatihan ini dapat dilihat dengan adanya laporan dari beberapa peserta yang mengikuti in-class training dalam waktu yang relatif singkat, serta adanya perubahan dan penerapan materi yang terserap. Ke depan, acara pelatihan ini dapat dirancang menjadi kegiatan rutin yang diselenggarakan oleh pihak ketiga guna membekali seluruh peserta dengan rasa percaya diri menghadapi persaingan bisnis sekaligus meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran.

5.2 Saran

Berdasarkan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan, maka dapat diberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Tergantung dari antusiasme peserta, kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan materi tindak lanjut, penambahan waktu pelaksanaan dan biaya untuk mengikuti kegiatan .
2. Akses sarana dan prasarana untuk memudahkan praktik.
3. Perlunya tambahan kegiatan tindak lanjut digital marketing di luar yang sudah dikomunikasikan.
4. Setelah pelatihan, peserta dievaluasi dan dibimbing sehingga dapat dilihat implementasinya dalam waktu 3 (tiga) bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, R. A., Yudhanto, F., & Wijaya, O. (2022). Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran Produk UMKM Masyarakat di Desa Wates Kulon Progo. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 68–73. <https://doi.org/10.33830/diseminasiabdimas.v4i1.1833>
- Budianto, A. E., Iswahyudi, D., & Dianawati, E. (2020). Aplikasi Pemasaran Digital melalui Rumah Pengusaha Malang Raya dalam Penatalaksanaan Bisnis pada UMKM. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 5(1), 446–451. <https://doi.org/10.52250/p3m.v5i1.303>
- Chole, N., & Dharmik, K. M. (2018). Digital Marketing & Social Media. *International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions*, 163–167. <https://www.tirpude.edu.in/international-conference/proceedings-2018/>
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari 'ah. *Journal Salimiya*, 1(2), 194–211. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/article/view/168>
- Iram, M., & Chopade, T. (2018). Effectiveness of Digital Advertising on Instagram Followers. *International Conference Business Remodelling: Exploring New Initiatives In Key Business Functions*, 283–302. <https://www.tirpude.edu.in/international-conference/proceedings-2018/>
- Jaelani, & Suhaemi, B. (2021). Digitalisasi Marketing sebagai Strategi dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Rancabango pada Masa Pandemi Covid-19. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(23), 100–121. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/297>
- Kementerian Pertanian RI. (2019). *Program Implementation Manual (PIM) Youth Entrepreneurship and Employment Support Services (YESS) Programme*. Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain Kemasan* (Bob Sabran (ed.)). Erlangga.
- Makmun, S. (2020). Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran Produk secara Digital. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 3(2), 170–187. <https://doi.org/10.37849/mipi.v3i2.199>
- Mulyana, I., Sujana, D., & Sulanjana, R. A. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Keripik dan Sale Pisang Amalia melalui Digital Marketing. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 5(1), 483–488. <https://doi.org/10.52250/p3m.v5i1.305>
- Musnaini, Suherman, Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital Marketing*. Pena Persada.
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie, H. (2022). Pelatihan Desain Kemasan dan Pemasaran pada Produk-Produk UMKM di Kabupaten Karawang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(1), 38–45. <https://doi.org/10.36982/jam.v6i1.2078>
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press (UB Press).

<http://www.ubpress.ub.ac.id>

- Soleh, M., & Adinugraha, H. H. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM di Masa Pandemi Covid19 (Studi pada Mebel Putra Jaya Desa Spait). *AmaNU: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 5(1), 44–55. <https://doi.org/10.52802/amn.v5i1.271>
- Sudirwo, Nurriqli, A., & Risanta, M. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 50–57. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v5i1.178>
- Sutikno, R. I., Alfaini, L. Z., & Syabrina, W. P. (2021). Meningkatkan Penjualan melalui Strategi Pemasaran Digital pada Umkm Konveksi Sucex Kaos Sumedang Jalan Sukatali Raya Kecamatan Situraja Kabupaten Sumedang. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–4. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/10787>
- Umami, Z., Noor, M., & Bashori, M. H. (2020). Pelatihan Desain Produk dan Iklan Digital untuk Kelurahan Gajahmungkur. *Abdimasku*, 3(3), 156–164.
- Wijoyo, H. (2020). Digitalisasi UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Riau. *Prosiding Konferensi Nasional Administrasi Negara SINAGARA 2020*, 12–16.
- Wijoyo, H., Haudi, Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikhraith-Abdimas*, 3(3), 169–175. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/778>

LAMPIRAN

1. Surat tugas/surat undangan
2. Daftar Hadir Peserta & Narasumber
3. Foto-Foto Kegiatan
4. Daftar Riwayat Hidup/CV Narasumber
5. Materi/Produk Artikel

Lampiran 1. Surat Tugas/Surat Undangan

		KEMENTERIAN PERTANIAN BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA PERTANIAN PUSAT PENDIDIKAN PERTANIAN SMK PERTANIAN PEMBANGUNAN NEGERI BANJARBARU			
<small>JL. PUTERI JUNJUNG BUIH NO. 15 BANJARBARU – 70711, KALIMANTAN SELATAN Telepon (0511) 4772466, Faksimili (0511) 4772317, email: apptn_banjarbaru@yahoo.co.id, Website: http://smk.ponbanjarbaru.sch.id</small>					
Nomor	:	6254/SM.120/I.2.2/10/2022	31 Oktober 2022		
Lampiran	:	3 (tiga) lampiran			
Perihal	:	Pemohonan menjadi pengajar/pelatih			
Kepada Yth. (STIE Pancasetia)					
Sudirwo, S.E., M.M					
Di-					
Tempat					
<p>Sebagai upaya pengembangan wirausahawan muda pedesaan yang merupakan komponen 2 dalam kegiatan Program YESS, dan tujuan untuk wirausahawan muda yang terampil dan terlatih dalam teknis pertanian maupun aspek agribisnis melalui kegiatan Pelatihan bagi Wirausaha Pemula Advance Training dengan tema "Pelatihan Digital Marketing dan Desain Kemasan" yang akan dilaksanakan pada 7 s.d. 9 November 2022 di Dinas Pertanian Kabupaten Banjar / <i>District implementation Team</i> (DIT), maka dengan ini kami memohon kepada Bapak agar bersedia menjadi pengajar/pelatih pada kegiatan tersebut dengan waktu mengajar sebagai berikut:</p>					
No.	Hari, Tanggal	Waktu	Materi	JP	
1	Selasa, 8 November 2022	08.00 – 09.30	Pengertian Marketplace dan E Commerce Populer	2	
2	Selasa, 8 November 2022	09.30 – 12.00	Optimalisasi Sosial Media	3	
Informasi lebih lanjut bisa menghubungi Sdra.Renanda (WA.082127549007)					
Demikian yang bisa kami sampaikan, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.					
 Kepala Sekolah, Kabupaten Tata Usaha Johan Pujiyanto, SE N.P. 19751103 2003121001					
					

Lampiran
Surat Nomor : 5254/SM.1201.2.2/10/2022
Tanggal : 31 Oktober 2022

**SUSUNAN ACARA PELATIHAN BAGI WIRAUUSAHA PEMULA
PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN DESAIN KEMASAN
Kabupaten Banjar, 7 s.d 9 November 2022**

No	Hari/ Tanggal	Waktu	Materi	OJ			Pengajar	Lokasi
				T	P	Jml		
1	Senin, 7 November 2022	07.30-08.00	Registrasi dan Persiapan Pembukaan				Panitia	Dinas Pertanian
		08.00-08.45	Pembukaan				Panitia	Dinas Pertanian
		08.45-09.00	Istirahat					
		09.00-09.45	Wawasan Digital Marketing	1		1	Ginjar Sutrisno	Dinas Pertanian
		09.45-12.00	Pengenalan Periklanan Digital (Facebook Ads, Google AdSense)	1	2	3	Ginjar Sutrisno	Dinas Pertanian
		12.00-13.00	Ishoma					
		13.00-13.45	Pengenalan Aplikasi Pertanian	1		1	Ginjar Sutrisno	Dinas Pertanian
		13.45-14.30	Perizinan OSS	1		1	DPM PTSP	Dinas Pertanian
		14.30-14.45	Istirahat					
		14.45-16.15	Perizinan OSS		2	2	DPM PTSP	Dinas Pertanian
2	Selasa, 8 November 2022	08.00-09.30	Pengenalan Marketplace dan E Commerce Populer	2		2	Sudirwo, S.E, M.M	Dinas Pertanian
		09.30-10.15	Optimalisasi Sosial Media	1		1	Sudirwo, S.E, M.M	Dinas Pertanian
		10.15-10.30	Istirahat					
		10.30-12.00	Optimalisasi Sosial Media	2		2	Sudirwo, S.E, M.M	Dinas Pertanian
		12.00-13.00	Ishoma					
		13.00-13.45	Prizinan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)	1		1	DINKES Kab. Banjar	Dinas Pertanian
		13.45-14.30	Prizinan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)		1	1	DINKES Kab. Banjar	Dinas Pertanian
		14.30-14.45	Istirahat					

No	Hari/ Tanggal	Waktu	Materi	OJ			Pengajar	Lokasi
				T	P	Jml		
3	Rabu, 9 November 2022	14.45-15.30	Prizinan Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT)		1	1	DINKES Kab. Banjar	Dinas Pertanian
		08.00-10.15	Desain Kemasan, Logo, Iklan	3			Rumah Kemasan Kab. Banjar	Dinas Pertanian
		10.15-10.30	Istirahat					
		10.30-12.00	Desain Kemasan, Logo, Iklan		2		Rumah Kemasan Kab. Banjar	Dinas Pertanian
		12.00-13.00	Ishoma					
		13.00-14.30	Desain Kemasan, Logo, Iklan		2		Rumah Kemasan Kab. Banjar	Dinas Pertanian
		14.30-14.45	Istirahat					
		14.45-15.30	Desain Kemasan, Logo, Iklan		1		Rumah Kemasan Kab. Banjar	Dinas Pertanian

Catatan: Peserta wajib mengikuti Protokol Kesehatan Pencegahan Covid-19.

Kepala Sekolah,
Kab. Banjar, 31 Oktober 2022

Johan Pujiyanto, SE
NIP. 19751103 2003121001



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PANCASETIA**

Alamat : Kampus Utama STIE Pancasetia Banjarmasin
Jl. Ahmad Yani Km. 5,5 Lantai 2 (Telp. (0511) 3256560 Fax (0511) 3256557
Banjarmasin

SURAT TUGAS PENGABDIAN

Nomor : 20.PD/LPPM/PTS 240.XI.01/XI/N 2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Anthonius J. Karsudjono, S.E., M.M.
NIK : 440118134
Jabatan : Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia

Dengan ini memberikan tugas kepada :

Ketua Tim : Sudirwo, S.E., M.M.
Judul Pengabdian : PELATIHAN BAGI WIRAUSAHA PEMULA ADVANCED
TRAINING MELALUI DIGITAL MARKETING DAN DESAIN
KEMASAN (Pengabdian dalam Kegiatan Pengembangan
Kewirausahaan dan Ketenagakerjaan Pemuda Pertanian (YESS
Programme) Kalimantan Selatan)
Tempat : Dinas Pertanian Kabupaten Banjar / DIT Banjar
Waktu : 7 -9 November 2022
Pendanaan : Mandiri dan Bantuan Yayasan Pendidikan Sumber Ilmu

Banjarmasin, 01 November 2022

Kepala LPPM

Dr. Anthonius J. Karsudjono, S.E., M.M.

NIK. 440118134

Lampiran 2. Daftar Hadir Peserta & Narasumber

DAFTAR HADIR

Acara :
Tempat :
Hari/Tanggal :
Waktu :



No	Nama	Asal Kecamatan	NPWP/NIK	No. Handphone	Tanda Tangan
1.	MUSMILAWATI	MARTAPURATIMUR	6303155111820001	0823 5149 2128	
2.	Nurul MasRinah	Martapura Timur	6303156764020001	0897 1016 389	
3.	Latiful	Martapura Kota	6303016906870007	0812 51357453	
4.	Hadi Saputra	MTP Kota	6307030603900002	0853 4949 6897	
5.	REMA AULYA	Gambut	6303035710890000	0853 52464589	
6.	AISTAH	Gambut	6303134201920001	0810-5576-7565	
7.	Mahdalena	Martapura Kota	6303054606850013	0831-2551-0675	
8.	Ahmad Rizki	Martapura	6303021905870001	0812.4188.6712	
9.	SAMJUDIN MOOR	Karang Intan	6303062610990001	0813-4819-4499	

No	Nama	Asal Kecamatan	NPWP/NIK	No. Handphone	Tanda Tangan
10.	ADNAN	Karang Intan	630306107860001	083 5057 2130	
11.	Iqnu Luthi J.	Karang Intan	6303061606950001	0813 5132 5156	
12.	SYAIPUL AMAR	KERTAK HANYAR	6303051012860013	0852 4696 5005	
13.	MURJANI	KERTAK HANYAR	6303021010890003	0887 0586 0851	
14.	M. Tapri	Martapura	6304071040850001	0812 555 3910	
15.	Achmad Ridho	Karang Intan	6303061907990001	0852 5159 3169	
16.	Achmad Zandani	Karang Intan	6303060105090001	0822 4000 8266	
17.	Nur Hidayah	Martapura	6303054412990008	0895705119638	
18.	Arrum Shahiba	Sempang Empat	6303085711000001	085246770145	
19.	Muhammad ilbas	Karang Intan	6303061709950001	0982-4776-8196	

No	Nama	Asal Kecamatan	NPWP/NIK	No. Handphone	Tanda Tangan
20.	Morpan	Masaman (3303120000000000)	6303120000000000	0315 4633-4556	<i>RI</i>
21.	Estheri Nurrah	Karang inau	6303060102900000	085750864799	<i>Handi</i>
22.	Muhammad Ihsan	Karang Inau	6303060610930002	082806421008	<i>Quid</i>
23.					
24.					
25.					
26.					
27.					
28.					
29.					
30.					

DAFTAR HADIR PELATIH/PENGAJAR

Acara :
Tempat :



Tanggal	Nama	Asal Instansi	NPWP/NIK	No. Handphone	Tanda Tangan
7/11-2022	Ginjar Sutrisno	CV. Suryatama Barokah	6372022000000000	081247206225	<i>Ginjar</i>
7/11 2022	ANDRUS TONY S. S	DPAUPP Bayan	6392061607650000	082185356555	<i>ANDRUS</i>
8/11 2022	SUDIRNO	UPK PRINABARA	6372050201770000	082231972345	<i>Sudirno</i>

Lampiran 3. Foto-Foto Kegiatan



Foto Bersama Peserta, Narasumber dan Panitia





Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup/CV Narasumber

BIODATA TIM PELAKSANA

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Sudirwo, S.E., M.M.
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli / IIIb
4	NIDN	1102087702
5	NIP/ NIK	-
6	Tempat, Tanggal Lahir	Tamban, 2 Agustus 1977
7	E-mail	sudirwo@gmail.com
8	Nomor Telepon/HP	082331972345
9	ID Sinta, Scopus, Google Scholar, dll	Sinta: 6723768; GS: gV6rn8YAAAAJ; Garuda: 1596084; WOS: CAF-4350-2022; Orchid: 0000-0001-8826-3208
10	Alamat Kantor	STIE Pancasetia, Jalan A. Yani KM 5,7 Banjarmasin
11	Nomor Telepon/Faks	(0511) 3256560
12	Mata Kuliah yang Diampu	1. Pengantar Aplikasi Komputer 2. Strategi Pemasaran 3. Sistem Informasi Manajemen 4. Ekonomi Pembangunan 5. E-Commerce

B. Riwayat Pendidikan

Tingkatan	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE Pancasetia	STIE Pancasetia	
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen Pemasaran	
Tahun Masuk-Lulus	2012-2016	2016-2018	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Penerapan Sistem Informasi Manajemen Dalam Meningkatkan Layanan Pendidikan di SMK PGRI Banjarbaru	Strategi Pemasaran Melalui Pendekatan Kualitatif Fenomenologi Untuk Mengatasi Hambatan Ekspor Produk UMKM Di Provinsi Kalimantan Selatan	
Nama Pembimbing/Promotor	Dr. Sutrisno, S.E., M.M. & Fredy Jayen, S.E., M.M.	Prof. Dr. H. Musthafa, S.E., M.M. & Dr. H. Abdul Kadir Audah, S.E., M.M.	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

(Bukan Skripsi, Tesis, maupun Disertasi)

No.	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1				

* Tuliskan sumber pendanaan baik dari skema penelitian DIKTI maupun dari sumber lainnya.

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
1	2019	Bimbingan Teknis Manajemen bagi Pelaku UMKM Mitra Binaan PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. Tarjun, Kotabaru	PT Indocement	1,5
2	2019	Pelatihan Softskill pada Program Peningkatan Kompetensi Tenaga Kerja dan Produktivitas Tahap IV Kejuruan Penata Rambut di BLK Provinsi Kalimantan Selatan	BLK Kalsel	5
3	2019	Workshop Media Pembelajaran berupa Pengenalan Materi Power Point bagi Tutor Kesetaraan	PKBM Banua Martapura	1,5
4	2019	Pelatihan Softskill pada Program Pelatihan Berbasis Kompetensi Tahap V di BLK Barito Kuala	BLK Batola	5
5	2020	Pelatihan Softskill dan Kewirausahaan dalam Kegiatan Pelatihan Berbasis Kompetensi Tahap I Tahun 2020 di UPTD Balai Latihan Kerja Barito Kuala	BLK Batola	5
6	2020	Bimbingan Teknis Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen untuk Meningkatkan Penjualan bagi Kelompok PB Gilmar Kota Banjarbaru	STIE Pancasetia	-
7	2020	Pelatihan Berbasis Kompetensi Tahap II Tahun 2020 di UPTD Balai Latihan Kerja Barito Kuala	BLK Batola	5
8	2021	Pelatihan Berbasis Kompetensi Tahap I Tahun 2021 di UPTD Balai Latihan Kerja Barito Kuala	BLK Batola	5
9	2021	Pelatihan Berbasis Kompetensi Tahap II Tahun 2021 di UPTD Balai Latihan Kerja Barito Kuala	BLK Batola	5
10	2022	Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Tahun 2022	Uniska Bjm	1,5
11	2022	Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) Tahun 2022	STIEPAN	-
12	2022	Inovasi Wirausaha Digital Mahasiswa (IWDM) Tahun 2022	Uniska Bjm	1,5
12	2022	Pelatihan Kompetisi Mahasiswa Nasional Bidang Ilmu Bisnis, Manajemen dan Keuangan (KBMK) Tahun 2022	Uniska Bjm	1,5
12	2022	Business Proposal Training BEM Uniska Bjm	BEM Uniska Bjm	0,15
10	2022	Program Pendidikan dan Pelatihan Vokasi Tahap I Tahun 2022 di UPTD Balai Latihan Kerja Barito Kuala	BLK Batola	5
11	2022	Program Pendidikan dan Pelatihan Vokasi Tahap II Tahun 2022 di UPTD Balai Latihan Kerja Barito Kuala	BLK Batola	5

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	<i>The Implementation of the SOEs Partnership Program on The empowerment of MSMEs in Banjarbaru City</i>	Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis	6 / 1 / 2020
2	Dukungan Komunikasi, Komitmen dan Insentif yang Memuaskan untuk Meningkatkan Kinerja	Sultanist: Jurnal Manajemen dan Keuangan	8 / 2 / 2020

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
3	Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru	Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan	5 / 1 / 2021

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Nama Pertemuan Ilmiah / Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1	Seminar Hasil Penelitian Mandiri Dosen STIEPAN	Implementasi Program Kemitraan BUMN terhadap Pemberdayaan UMKM di Kota Banjarbaru	02/03/2020 STIEPAN
2	Seminar Hasil Penelitian Mandiri Dosen STIEPAN	Dukungan Komunikasi, Komitmen, dan Insentif yang Memuaskan untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Pada PT Karya Gemilang Rekatama Banjarmasin)	22/08/2020 STIEPAN
3	Seminar Hasil Penelitian Mandiri Dosen STIEPAN	Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Banjarbaru (Pada Pengrajin Anyaman Purun Ai Firdaus)	22/08/2020 STIEPAN
4	Seminar Hasil Penelitian Mandiri Dosen STIEPAN	Analisis Saluran Pemasaran, Persepsi Harga, dan Minat Jual terhadap Ekspor Karet di Masa Pandemi Covid-19 di Kalimantan Selatan	05-06/03/2021 STIEPAN
5	Seminar Hasil Penelitian Mandiri Dosen STIEPAN	Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi dalam Menghadapi Dampak Perekonomian Pengrajin Purun di Masa Pandemi Covid-19	05-06/03/2021 STIEPAN
6	Seminar Hasil Penelitian Mandiri Dosen STIEPAN	Analisis Kinerja Bisnis UMKM Kuliner melalui Pelatihan Digital Entrepreneurship Academy (DEA) di Kalimantan Selatan	13-14/07/2022 STIEPAN
7	Seminar Hasil Penelitian Mandiri Dosen STIEPAN	Analisis Pendapatan Usaha Petani Milenial melalui Program Youth Entrepreneurship and Employment Support Services (YESS) di Kalimantan Selatan	13-14/07/2022 STIEPAN

G. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				

H. Perolehan HKI dalam 5–10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1				

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Juara I Lomba GTK PAUD dan Dikmas 2016 Kategori Pengelola LKP Tingkat Kota Banjarbaru	Disdik Banjarbaru	2016
2	Juara III Lomba GTK PAUD dan Dikmas 2016 Kategori Pengelola LKP Tingkat Provinsi Kalsel	Disdik Kalsel	2016
3	Pelopor Program Indonesia Kompeten	LSP Komputer & PIK	2017
4	HILLSI Goes to Australia Study Tour	Union Institute of Language, Brisbane, QL	2017
5	Juara I Lomba GTK PAUD dan Dikmas 2017 Kategori Pengelola LKP Tingkat Kota Banjarbaru	Disdik Banjarbaru	2017
6	Juara I Lomba GTK PAUD dan Dikmas 2017 Kategori Pengelola LKP Tingkat Provinsi Kalsel	Disdik Kalsel	2017
7	Finalis Lomba GTK PAUD dan Dikmas 2017 Kategori Pengelola LKP Tingkat Nasional Bengkulu	Kemdikbud	2017

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.
Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Banjarbaru, 23 Desember 2022
Tim Pelaksana,



Sudirwo, S.E., M.M.



SERTIFIKAT

NOMOR: 5430/SM.120/I.2.2/11/2022

Diberikan Kepada :

Sudirwo, S.E., M.M.

Atas partisipasinya sebagai pengajar/pelatih
Pelatihan Bagi Wirausaha Pemula (*Advance Training*) dengan Tema
"Pelatihan Digital Marketing dan Desain Kemasan"
yang diselenggarakan pada tanggal 7 s.d 9 November 2022

Banjarbaru, 09 November 2022
Kepala SMK-PP Negeri Banjarbaru



Budi Santoso, SST, MSi
NIP.198412102006041001

Lampiran 5. Materi/Produk Artikel