
Otimalisasi SDM dan Digital Marketing Untuk Pengembangan Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada' Di Era Digital

Syamsul Bakhtiar Ass¹, Yuni Kartini², Abdillah SAS³

¹ manajemen, Universitas Muslim Maros

Email: assaggaf@umma.ac.id

² manajemen, Universitas Muslim Maros

Email: yunikartini@umma.ac.id

³ teknologi informasi, Universitas Bosowa

Email: abdillah.sas@universitasbosowa.ac.id

Artikel info

Abstract. *Art is one of the indicators in preserving and maintaining national identity. This forms a nation's character, as it possesses a wide diversity of arts and cultures framed within the principle of Bhinneka Tunggal Ika (Unity in Diversity). LSB Pajaga Ada' is one of the institutions engaged in the fields of art and culture in Maros Regency. In its development, it faces obstacles and challenges in the era of digitalization. Therefore, LSB Pajaga Ada' requires solutions to address these issues by becoming a partner in the Community Partnership Empowerment Program (PKM). The purpose of this community service activity is to optimize human resources and digital marketing in the development of LSB Pajaga Ada' in the digital era. The research method employs five stages: (1) socialization; (2) training; (3) technology implementation; (4) mentoring and evaluation; and (5) program sustainability. The results indicate an improvement in human resource capabilities and digital marketing management through the use of Meta Verified Instagram, Canva Pro accounts, and a website, as well as the development of artistic works. In conclusion, the training participants experienced increased skills and mastery in human resource management, digital marketing, and the utilization of Canva and websites.*

Abstrak. Kesenian sebagai salah satu indikator dalam melestarikan dan menjaga identitas bangsa. Itulah yang menjadi karakteristik bangsa sebab memiliki beranekaragam kesenian dan kebudayaan yang terbingkai dalam Bhineka Tunggal Ika. LSB Pajaga Ada' merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang seni dan budaya di Kabupaten Maros. Dalam perkembangannya menghadapi hambatan dan tantangan di era digitalisasi. Oleh karena itu, LSB Pajaga Ada' memerlukan solusi dalam menghadapi masalah tersebut yaitu dengan menjadikannya mitra pada kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM). Tujuan dari pengabdian ini untuk pengoptimalan SDM dan digital marketing dalam

pengembangan LSB Pajaga Ada' di era digital. Metode penelitian menggunakan 5 tahapan yaitu: 1) Sosialisasi; 2) Pelatihan; 3) Penerapan Teknologi; Pendampingan dan Evaluasi; dan 5) Keberlanjutan Program. Hasil yang diperoleh yaitu terjadi peningkatan kemampuan SDM dan pengelolaan digital marketing melalui Instagram meta verified, akun canva pro dan website serta adanya penggarapan karya. Kesimpulan yaitu peserta pelatihan mengalami peningkatan kemampuan dan penguasaan terkait pengelolaan SDM, digital marketing dan pemanfaatan canva dan website.

Keywords:

*Manajemen
Sumber Daya
Manusia; Digital
Marketing; Canva;
Website*

Coresponden author:

Email: assaggaf@umma.ac.id



artikel dengan akses terbuka di bawah lisensi CC BY -4.0

PENDAHULUAN

Pengelolaan SDM merupakan upaya organisasi dalam mengatur, mengembangkan, dan memanfaatkan tenaga kerja agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien. Menurut (*Mathis & Jackson (2019)*, n.d.) manajemen SDM mencakup proses perencanaan, rekrutmen, seleksi, pelatihan, dan pengembangan kompetensi karyawan. Dalam konteks lembaga, ketiadaan proses rekrutmen dan pengembangan anggota berdampak pada stagnasi organisasi serta tidak adanya inovasi atau karya baru. Oleh karena itu, penerapan strategi rekrutmen dan pengembangan SDM sangat penting untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas anggota. Hal tersebut tidak terlepas dari peran Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Menurut (*Dessler, G. (2020). Human Resource Management (16th Ed.). Pearson.*, n.d.) (*Dessler, G. (2020). Human Resource Management (16th Ed.). Pearson.*, n.d.) Manajemen sumber daya manusia adalah kebijakan dan praktik yang diperlukan seseorang untuk menjalankan aspek "orang" atau sumber daya manusia dari posisi manajemen, termasuk rekrutmen, penyaringan, pelatihan, penghargaan, dan penilaian kinerja.

(*Kotler & Keller, 2016*) mendefinisikan pemasaran digital sebagai kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi digital untuk menciptakan, mengomunikasikan, serta menyampaikan nilai kepada konsumen. Pemasaran digital memungkinkan organisasi menjangkau pasar lebih luas, mengefisiensikan biaya promosi, dan meningkatkan daya saing. Kurangnya keterampilan dalam pemasaran digital menghambat upaya lembaga untuk mempromosikan jasa secara optimal. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dalam aspek pemasaran menjadi kebutuhan utama.

Literasi digital mencakup kemampuan individu untuk memahami, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan. Menurut (*Igiriza et al., n.d.*), literasi digital bukan hanya keterampilan teknis menggunakan perangkat, tetapi juga mencakup pemahaman kritis terhadap informasi digital, keamanan digital, serta etika dalam dunia maya. Optimalisasi media sosial dan website dapat menjadi strategi efektif dalam mempromosikan jasa, mengingat kedua platform tersebut efisien dalam hal waktu, biaya, dan jangkauan audiens.

Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) merupakan suatu proses atau upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan melalui kerja sama/kemitraan antara masyarakat dengan pihak lain (pemerintah, swasta, LSM, perguruan tinggi, dll) dimana pihak-pihak tersebut saling berkontribusi, berbagi tanggung jawab, dan berbagi manfaat; dengan tujuan meningkatkan kapasitas masyarakat, kemandirian, dan kesejahteraan mereka, sesuai dengan kebutuhan dan potensi local. Pemberdayaan mitra melalui pengoptimalan Sumber Daya Manusia (SDM) dan digital marketing pada

Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada' di era digital yaitu melalui pelatihan. Kegiatan tersebut nantinya diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengurus dalam mengelola Lembaga dan digital marketing dalam rangka pengembangan Lembaga. Pelatihan berisi terkait materi dan praktik terkait Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), digital marketing dan pemanfaatan canva dan website.

Signifikansi dan kontribusi yang diperoleh dari kegiatan PKM ini sangat besar. Dari tingkat signifikansi yaitu para pengurus lebih mengetahui dan memahami terkait pengelolaan lembaga melalui pengaplikasian Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang baik dan pemasaran jasa melalui pemanfaatan digital marketing lebih progresif. Sedangkan kontribusi yang diperoleh oleh LSB Pajaga Ada' dari kegiatan PKM yaitu terjadinya peningkatan pemesanan jasa oleh konsumen, pengurus menjadi lebih terampil dalam memanfaatkan social media, canva dan website sebagai media pemasaran dan promosi. Kontribusi lainnya yang diperoleh yaitu dilaksanakannya penggarapan karya melalui pemanfaatan barang komponen produksi seperti ging dan gendang serta kostum.

Kesenian menjadi salah satu indikator yang selain melestarikan dan menjaga identitas bangsa juga sebagai pembeda yang memiliki daya tarik tersendiri bagi daerah lain dan juga mancanegara. Itulah yang menjadi salah satu karakteristik bangsa Indonesia yang memiliki beranekaragam kesenian dan kebudayaan yang terbingkai dalam Bhineka Tunggal Ika. Kesenian termasuk salah satu unsur kebudayaan universal yang mencerminkan kreativitas manusia dalam menciptakan keindahan, baik dalam bentuk musik, tari, seni rupa, maupun sastra (Koentjaraningrat, 2009).

Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada' merupakan salah satu lembaga yang bergerak di bidang seni dan budaya yang berada di Kabupaten Maros. Dalam perkembangannya menghadapi berbagai hambatan dan tantangan sebab sangat kontras antara menjaga kearifan lokal dengan perkembangan teknologi dan arus modernisasi yang sangat kuat. Oleh karena itu, LSB Pajaga Ada' memerlukan solusi dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah tersebut salah satunya dengan menjadikannya mitra pada kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM).

Hasil observasi memperlihatkan bahwa LSB Pajaga Ada' merupakan salah satu kelompok ekonomi kreatif berbasis seni dan budaya di Kabupaten Maros yang merupakan pilar pelestari seni dan budaya yang memiliki peran penting dalam menjaga nilai-nilai kearifan lokal. LSB Pajaga Ada' mengalami kendala dalam pengembangan organisasi dari aspek manajemen SDM dan pemasaran. Lembaga ini terbentuk pada tahun 2019 yang masih aktif sampai sekarang dan telah berafiliasi dengan beberapa stakeholder baik pemerintah maupun swasta.

Lembaga ini memiliki jumlah anggota kurang lebih 20 orang yang memperlihatkan telah terpenuhinya syarat berjalanannya suatu organisasi. Namun pada kenyataannya lembaga ini belum mampu berjalan secara optimal yang dapat dilihat dari kurang antusias dan berpartisipasi aktifnya para anggota. LSB Pajaga Ada' memperlihatkan telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas SDM dan pelayanan jasa kepada konsumen namun masih belum optimal dalam hal pengelolaan SDM digital marketing. Namun, di tengah perkembangan zaman dan pesatnya transformasi digital, lembaga ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya. Kurangnya kemampuan SDM dalam memanfaatkan teknologi informasi serta belum optimalnya pemanfaatan digital marketing menjadi hambatan utama dalam pengembangan lembaga ini secara lebih luas. Di era digital, media sosial dan platform digital menjadi alat strategis untuk memperluas jangkauan, membangun citra, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dan wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan program pemberdayaan yang terintegrasi untuk meningkatkan kapasitas SDM dan strategi pemasaran digital.

Oleh karena itu, tim PKM menjadikan LSB Pajaga Ada' sebagai mitra pada kegiatan PKM tahun 2025. Kegiatan ini diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan dengan menghasilkan solusi dan merealisasikannya sebagai bentuk nyata dari pengabdian kepada masyarakat.

Berdasarkan analisis permasalahan yang telah dilakukan melalui observasi dan wawancara maka ditemukan beberapa permasalahan prioritas yang coba diselesaikan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu:

- a. Aspek pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) belum optimal dari segi kuantitas dan kualitas. Lembaga tersebut sejak berdiri pada tahun 2019 belum melaksanakan proses recruitmen anggota, lembaga tidak berjalan sesuai aturan organisasi dan tidak adanya karya baru yang dihasilkan.
- b. Aspek pemasaran masih belum maksimal karena kurangnya akses dan keterampilan dalam melakukan pemasaran digital yang berdampak pada sulitnya mengembangkan promosi jasa. Pengetahuan dan keterampilan akan pemasaran digital sangat penting karena pemasaran digital dapat menembus batas-batas wilayah, mengefisiensikan tenaga, mengurangi biaya dan dapat meningkatkan promosi jasa.
- c. Selanjutnya mitra kelompok masih kurang dalam pengetahuan dan pemahaman terkait literasi digital, khususnya pada penggunaan perangkat digital dan hal-hal yang berhubungan dengan digital (kecakapan digital). Hal tersebut terlihat dari pengoptimalan sosial media dalam promosi jasa yang masih kurang. Seperti diketahui bersama bahwa sosial media dan website merupakan sarana promosi yang sangat efisien baik dari segi waktu, materi dan tenaga yang digunakan.
- d. Selain permasalahan prioritas di atas tim kami berharap kami dapat membantu menangani masalah lain seperti penggarapan karya di LSB Pajaga Ada'.

Rumusan pertanyaan dalam pengabdian kepada masyarakat di Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada' yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara mengoptimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) di Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada'?
- b. Bagaimana cara mengoptimalkan digital marketing di Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada'?
- c. Bagaimana cara pemanfaatan dan penggunaan canva dan website Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada'?
- d. Bagaimana penggarapan karya di Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada'?

Metode

Metode pelaksanaan yang digunakan yaitu dalam kegiatan PKM yaitu metode ceramah dengan pemberian materi dan praktik kepada peserta. Dalam pelaksanaan pelatihan tersebut selanjutnya juga dilaksanakan sesi tanya jawab antara pemateri dengan peserta terkait hal-hal yang ingin lebih diketahui oleh peserta. Pemateri terdiri dari 3 orang yang membawakan materi yang berbeda namun saling terkait guna pengembangan Lembaga Seni Budaya Pajag Ada'. Materi yang diberikan terkait pengelolaan SDM dengan sistem POAC yaitu pengelolaan lembaga yang dimulai pada tahap perencanaan, pembagian tugas dan tanggungjawab anggota, pelaksanaan perencanaan dan pengontrolan. POAC Adalah suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain (Terry, 1977). Materi lainnya terkait digital marketing yaitu pemanfaatan sosial media seperti facebook, Instagram dan tiktok dalam melaksanakan promosi dan pemasaran produk jasa. Selanjutnya pelatihan terkait pemanfaatan canva dan website guna menjangkau pasar yang lebih luas.

Jumlah peserta pada kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) pada Lembaga Seni Budaya Pajag Ada' yang beralamat di Jl. Badaruddin Dg. Lira No. 6 Kel. Turikale Kec. Turikale Kab. Maros yaitu berjumlah 20 orang. Tahapan pada kegiatan pengabdian Masyarakat ini terbagi menjadi 5 (lima) tahapan yaitu:

1) Sosialisasi

Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada mitra dilakukan maka tim PKM terlebih dahulu melakukan sosialisasi terkait kegiatan pengabdian ini. Pada kegiatan sosialisasi akan disampaikan terkait latar belakang kegiatan, tujuan dan manfaat, teknis pelaksanaan, bentuk kerjasama dengan mitra, dan capaian serta output yang diharapkan pada kegiatan ini. Sosialisasi ini nantinya bisa dilaksanakan secara daring maupun luring yang diikuti oleh ketua, pengurus dan anggota kelompok serta para pegiat seni dan budaya.

2) Pelatihan

- a) Sebelum melakukan pelatihan tim melakukan analisis terkait kebutuhan yang diperlukan dalam pengelolaan SDM dan digital marketing. Selanjutnya penentuan materi pelatihan tentang pengelolaan SDM peningkatan minat dan bakat. Sedangkan pada aspek pemasaran yaitu materi pelatihan digital marketing, perangkat digital marketing seperti website (e-commerce), alat pembuat konten visual (canva pro) dan jasa seo.
- b) Selanjutnya tim menyiapkan materi pelatihan yang terdiri dari : Pelatihan 1 (Pengelolaan SDM), 2 (Materi Dasar Pemasaran Digital & Materi Sosial Media & e-Commerce), Pelatihan 2 (Business Model Canvas & Pembuatan Konten Digital Marketing), Pelatihan 3 (SEO, Penggunaan Website Penjualan & Peningkatan Penjualan Produk). Selanjutnya melaksanakan workshop tari dan musik dan melakukan penggarapan karya yang akan menjadi inventaris mitra.
- c) Pelatihan akan dilaksanakan di lokasi mitra dan setiap pelatihan dilaksanakan 2 hari karena selain pelatihan secara teori akan ada workshop untuk praktik.
- d) Setelah melakukan pelatihan, selanjutnya tim akan melakukan evaluasi dengan cara menganalisis kemampuan dan keterampilan dari mitra pada 2 masalah yang akan diatasi. Setelah evaluasi akan tetap dilakukan monitoring kemajuan pada mitra.

3) Penerapan Teknologi

Dalam pelatihan dan pendampingan pada aspek pemasaran akan diterapkan teknologi digital marketing (digitalisasi pemasaran) sesuai dengan kepakaran tim dosen pengusul yaitu pada naggota 2. Kegiatan akan dimulai dari pemberian materi dan juga praktik pengaplikasian dengan menggunakan alat/tools digital marketing.

4) Pendampingan dan Evaluasi

Setelah kegiatan pelatihan dilakukan secara langsung pada mitra, selanjutnya dilakukan pendampingan, monitoring dan evaluasi baik secara langsung maupun secara online melalui group yang telah disediakan. Pendampingan dan monitoring dilaksanakan agar materi dan praktik yang dapat diaplikasikan. Evaluasi juga dilakukan agar masalah dapat dihadapi agar tujuan pengabdian dapat tercapai. Tahapan ini juga diharapkan mampu menjaga semangat dan produktifitas mitra untuk berkelanjutan.

5) Keberlanjutan Program

Mitra kelompok, Pemerintah Daerah dan masyarakat diharapkan memiliki komitmen untuk melanjutkan dan mengembangkan hasil yang telah diperoleh dari kegiatan pengabdian ini. Setelah memperoleh ilmu dan pengetahuan secara teoritis dan praktik maka tujuan mitra dalam memberdayakan masyarakat pada bidang seni dan budaya dapat tercapai.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Hasil pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di LSB Pajaga Ada' dengan lima tahapan yaitu:

- a. Sosialisasi

Tahapan pertama yang dilakukan tim PKM yaitu dengan melaksanakan pertemuan dengan ketua LSB Pajaga Ada'. Pada pertemuan tersebut, tim menjelaskan maksud dan tujuan dari pelaksanaan PKM.



Gambar 1: Koordinasi Tim PKM dengan Ketua LSB Pajaga Ada'

b. Pelatihan

1) Konsultasi Tim PKM dengan LSB Pajaga Ada'

Agar tim PKM dapat mengetahui permasalahan maka tim melakukan konsultasi dengan pengurus LSB Pajaga Ada'. Konsultasi dihadiri oleh tim PKM, Ketua lembaga dan beberapa pengurus inti. Penjelasan terkait perkembangan lembaga dipaparkan secara terperinci sejak didirikan hingga sekarang.



Gambar 2: Konsultasi Tim dengan Ketua LSB Pajaga Ada'

2) Perencanaan, Pelaksanaan dan Penetapan Hasil FGD

Langkah yang diambil setelah melakukan konsultasi dengan mitra yaitu melakukan perencanaan dan pelaksanaan FGD. Pada kegiatan FGD, peserta akan menganalisis masalah dan menghasilkan solusi dalam mengatasi masalah. Solusi sebagai penyelesaian masalah akan ditetapkan sebagai rencana yang akan dilaksanakan dalam mengoptimalkan SDM dan digital marketing dalam pengembangan LSB Pajaga Ada' di era digital.



Gambar 3: Perencanaan, Pelaksanaan dan Penetapan Hasil FGD

3) Penyiapan Materi Pelatihan/Workshop

Hasil FGD selanjutnya direalisasikan dalam bentuk nyata. Pelaksanaan workshop menjadi program kerja tim PKM dan pengurus LSB Pajaga Ada'. Maka disusunlah materi terkait pengelolaan SDM, digital marketing dan pemanfaatan canva dan website.



Gambar 4: Penyusunan Materi dan Perangkat Pendukung Workshop dan Pelatihan

4) Pelaksanaan Pelatihan/Workshop

Pelatihan dalam pengoptimalkan SDM dan digital marketing dilaksanakan melalui 3 sesi yaitu:

- Pelatihan 1: Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Pelatihan pertama terkait pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibawakan oleh Ibu Yuni Kartini, S.M., M.M. Dalam materi tersebut menekankan perlunya POAC di dalam lembaga. POAC merupakan singkatan dari Planning, Organizing, Actuating dan Controlling.



Gambar 5: Pelatihan 1 dan Evaluasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Selanjutnya setelah pelaksanaan pelatihan 1 pengelolaan SDM maka dilakukan evaluasi. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan pengaplikasian materi terkait POAC ke dalam LSB Pajaga Ada'.

- Pelatihan 2: Business Model Canvas & Pembuatan Konten Digital Marketing

Pelatihan kedua yaitu terkait digital marketing dengan memfokuskan pada penggunaan canva dalam mendesain jasa dan mempromosikannya melalui digital marketing yang dibawakan oleh Dr. Syamsul Bakhtiar Ass, S.E., M.M. Pelatihan canva yang diharapkan agar LSB Pajaga Ada' lebih kreatif dan inovatif dalam mempromosikan pelayanan jasa melalui sosial media LSB Pajaga Ada'.



Gambar 6: Pelatihan 2 dan Evaluasi Business Model Canvas & Pembuatan Konten Digital Marketing

Selanjutnya tim PKM kembali melaksanakan evaluasi pemanfaatan digital marketing dalam mempromosikan produk jasa LSB Pajaga Ada'. Tim PKM akan melihat terkait jangkauan promosi dan jumlah pemesanan jasa LSB Pajaga Ada' dan mengevaluasi terkait penggunaan canva dengan melihat hasil foto dan video.

- Pelatihan 3: SEO, Penggunaan Website Penjualan & Peningkatan Penjualan Produk

Pelatihan ketiga dibawakan oleh Abdillah SAS, S.Kom., M.Pd. terkait penggunaan website dan peningkatan penjualan produk jasa dari LSB Pajaga Ada'. Tim PKM melakukan pembelian website yang selanjutnya pengurus diberikan pelatihan dalam pengelolaan website yang diharapkan dapat meningkatkan brand dari lembaga dan juga jangkauan pasar yang lebih luas.



Gambar 7: Pelatihan 3 dan Evaluasi SEO, Penggunaan Website Penjualan & Peningkatan Penjualan Produk

Selanjutnya evaluasi dilakukan setelah pelatihan dengan memeriksa website yang telah dibuat oleh LSB Pajaga Ada'. Website harus berisi segala sesuatu yang terkait tentang lembaga khususnya produk jasa yang ditawarkan.

5) Evaluasi

Setelah pelaksanaan pelatihan maka dilakukan evaluasi. Materi pelatihan terkait pengelolaan MSDM, digital marketing dan pelatihan website dievaluasi oleh tim PKM. Hal-hal yang ditemukan pada

evaluasi yaitu telah terencana pelaksanaan penerimaan anggota baru, Instagram telah berlangganan meta verified, akun canva pro dan telah ada website.



Gambar 8: Evaluasi Pelatihan 1, 2 dan 3

c. Penerapan Teknologi dan Inovasi

Kegiatan PKM pada LSB Ada' menggunakan alat teknologi tepat guna dan barang komponen produksi yaitu sebagai berikut:

1) Alat teknologi tepat guna

Alat teknologi tepat guna yang diterapkan oleh LSB Pajaga Ada' sesuai materi yang telah diberikan yaitu pengoptimalan sosial media sebagai sarana promosi dan penggunaan canva di dalam mendesain foto dan video agar lebih menarik konsumen, dan juga pemanfaatan website agar jangkauan pasar lebih luas.



Gambar 9: Instagram Berlangganan Meta Verified, Tiktok dan Youtube LSB Pajaga Ada' yang Telah

Pada gambar 9 memperlihatkan akun instagram yang telah berlangganan meta verified. Hal tersebut telah meningkatkan jangkauan promosi yang lebih luas terhadap produk jasa dari LSB Pajag Ada'. Selanjutnya pada gambar memperlihatkan akun tiktok dan youtube sebagai media promosi lainnya.



Gambar 10: Canva dan Website LSB Pajaga Ada'

Gambar 10 memperlihatkan akun canva pro sehingga LSB Pajaga Ada' memiliki banyak pilihan dalam membuat foto dan video yang lebih menarik. Selanjutnya penggunaan website oleh LSB Pajaga Ada' yang memperlihatkan keprofesionalan dalam memasarkan jasa dengan jangkauan yang lebih luas.

2) Barang Komponen Produksi

Barang komponen produksi yang digunakan yaitu berupa alat musik yang menjadi kebutuhan pokok LSB Pajaga Ada' dan juga kostum serta aksesoris dalam rangka memenuhi permintaan jasa konsumen.



Gambar 11: Penyerahan Barang Komponen Produksi Dari TIM PKM Ke LSB Pajaga Ada'

Pada gambar 11 memperlihatkan penyerahan barang komponen produksi dari Tim PKM ke mitra yaitu LSB Pajaga Ada' berupa satu set gong, baju bodo tokko, aksesoris adat baju bodo dan sepasang gendang adat makassar.



Gambar 12: Penerapan Barang Produksi Gong, Gendang Makassar, Baju Tokko dan Aksesoris LSB Pajaga Ada'

Penerapan barang produksi yaitu telah digunakan dalam proses pelatihan dan pelayanan jasa kepada konsumen. Baju bodo tokko dan perhiasan aksesoris adat baju bodo digunakan saat menerima pesanan jasa kostum. Namun di luar dari pemesanan jasa juga ikut andil terlibat dalam kegiatan budaya baik skala lokal dan nasional.

d. Pendampingan dan evaluasi

Pada kegiatan pelaksanaan PKM dengan mitra, para peserta didampingi dan dievaluasi dengan melakukan kunjungan berkala. Pendampingan yang dilakukan untuk memastikan pelaksanaan dari workshop telah dilakukan dan juga pemanfaatan teknologi dan inovasi telah dilaksanakan.



Gambar 13: Pendampingan dan Evaluasi Tim PKM Kepada LSB Pajaga Ada'

Pendampingan yang dilakukan oleh Tim PKM kepada mitra yaitu terkait penerapan dan pengaplikasian materi dan bantuan yang telah diberikan. Evaluasi lainnya yaitu terkait penggarapan karya musik dan tari oleh LSB Pajaga Ada'.



Gambar 14: Penggarapan Karya Oleh LSB Pajaga Ada'

Proses latihan music dan tari dilaksanakan setelah memperoleh materi terkait kesenian dari para pelaku seni. Pada pelatihan music telah dapat dilakukan dengan baik dan lancar karena adanya bantuan barang komponen produksi.

e. Keberlanjutan program

Keberlanjutan program pada kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) ini yaitu:

- 1) Adanya alat teknologi tepat guna yang dapat digunakan sebagai media pemasaran bagi LSB Pajaga Ada' berupa akun instagram yang berlangganan meta verified, akun canva pro sebagai media membuat foto dan video menarik dan website yang dapat digunakan dalam jangka panjang sebagai sarana pemasaran yang lebih luas.
- 2) Keberlanjutan selanjutnya yaitu barang komponen produksi yang dapat digunakan dalam latihan dan diberdayakan kepada masyarakat bagi yang membutuhkan.
- 3) Karya yang telah dihasilkan nantinya akan dapat diadopsi dan digunakan oleh masyarakat luas bagi yang ingin mempelajari dan menggunakannya.

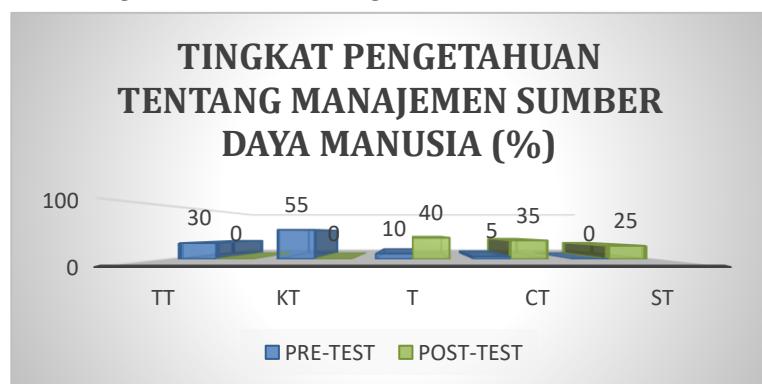
2. Pembah\asan

Pada pengabdian masyarakat ini dampak manfaat bagi peserta juga dapat ditunjukkan secara kuantitatif pada penilaian peserta atas materi dan penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat. Tingkat ketepatan peserta terhadap materi yang disampaikan pada kegiatan workshop menunjukkan bahwa peserta telah mengetahui dan memahami materi yang diberikan.

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan dengan pertanyaan mengenai Tingkat pengetahuan terhadap penoptimalam SDM dan digital marketing yaitu sebagai berikut:

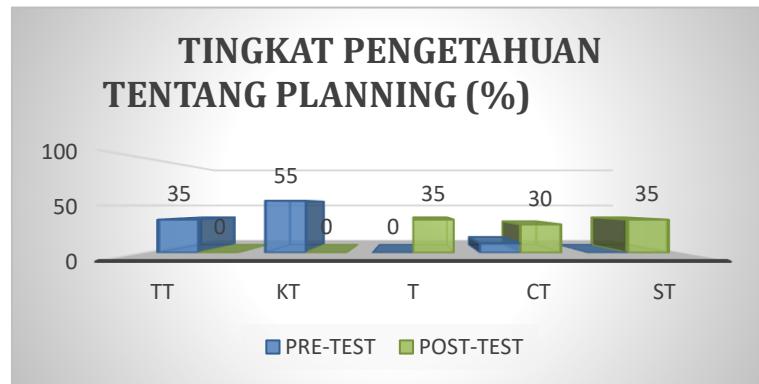
a. Pre-Test dan Post-Test Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan MSDM, pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang MSDM adalah sebagai berikut:



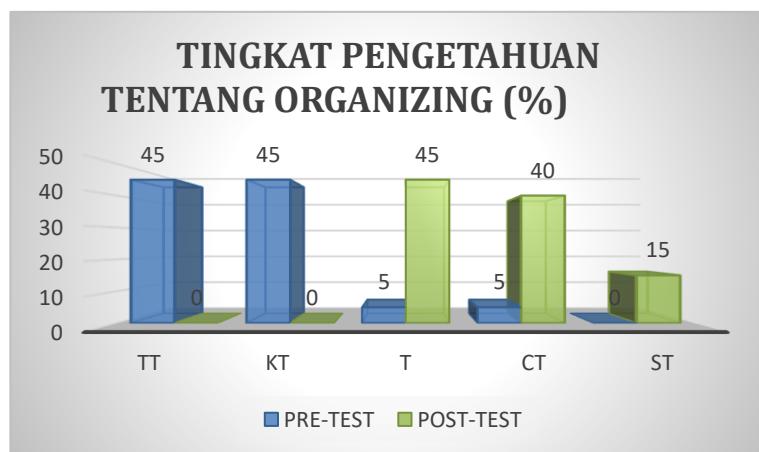
Grafik 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan MSDM

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan MSDM, pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang planning (perencanaan) adalah sebagai berikut:



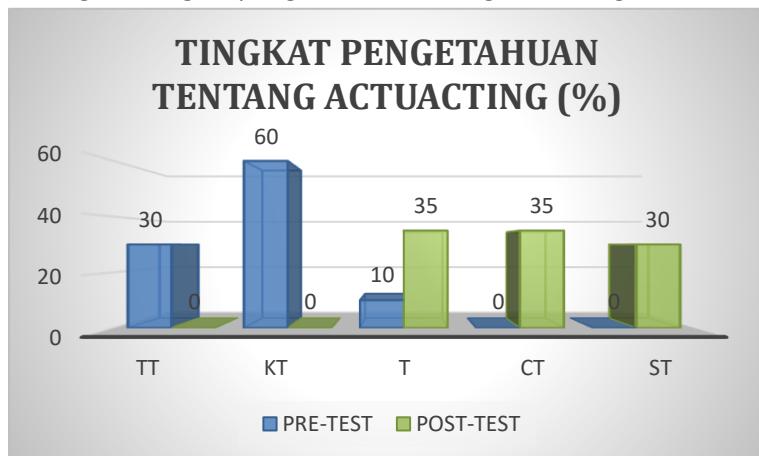
Grafik 2. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Planning

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang organizing adalah sebagai berikut:



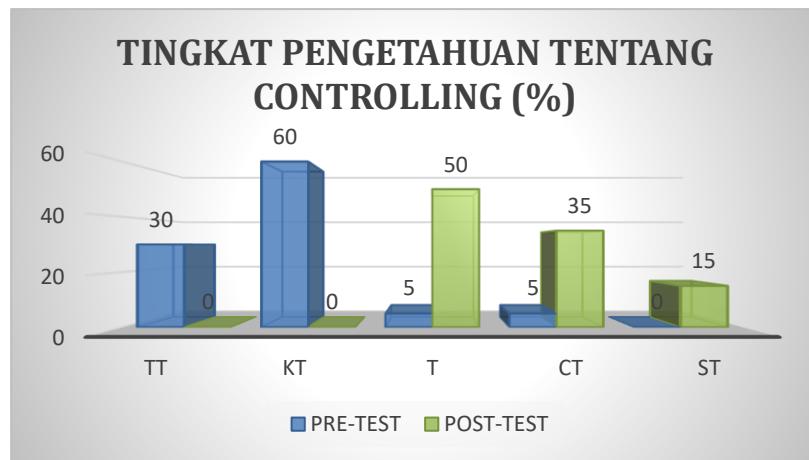
Grafik 3. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Organizing

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang actuating adalah sebagai berikut:



Grafik 4. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Actuating

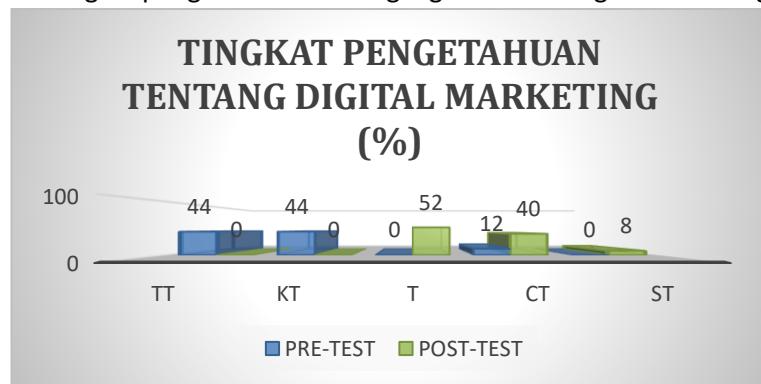
Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang controlling adalah sebagai berikut:



Grafik 5. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Controlling

b. Pre-test dan Post-Test Digital Marketing

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital marketing dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang digital marketing adalah sebagai berikut:



Grafik 6. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Digital Marketing

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital marketing dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang perbedaan digital marketing dengan pemasaran tradisional adalah sebagai berikut:



Grafik 7. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan tentang Perbedaan Antara Digital Marketing dan Pemasaran Tradisional

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital marketing dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang pentingnya digital marketing adalah sebagai berikut:



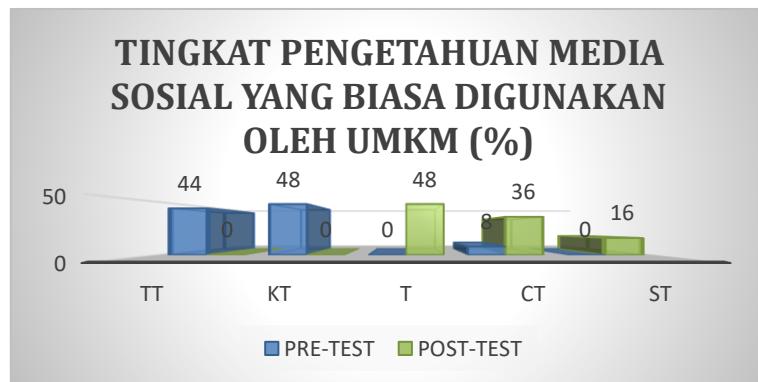
Grafik 8. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Pentingnya Digital Marketing

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital marketing dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang jenis jenis digital marketing adalah sebagai berikut:



Grafik 9. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Jenis Digital Marketing

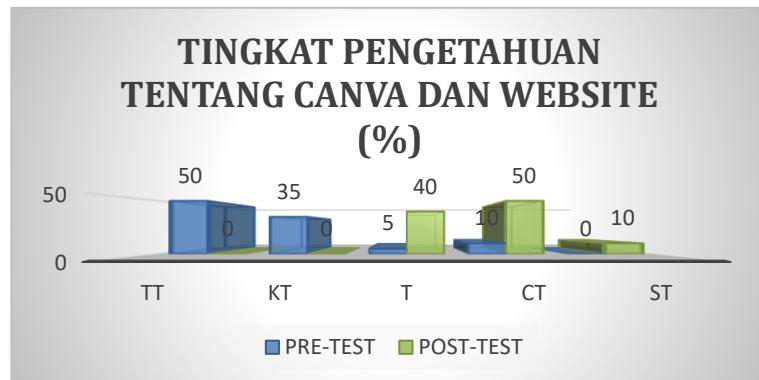
Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan digital marketing dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang media social yang biasa digunakan UMKM adalah sebagai berikut:



Grafik 10. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Media Sosial yang Biasa Digunakan Oleh UMKM

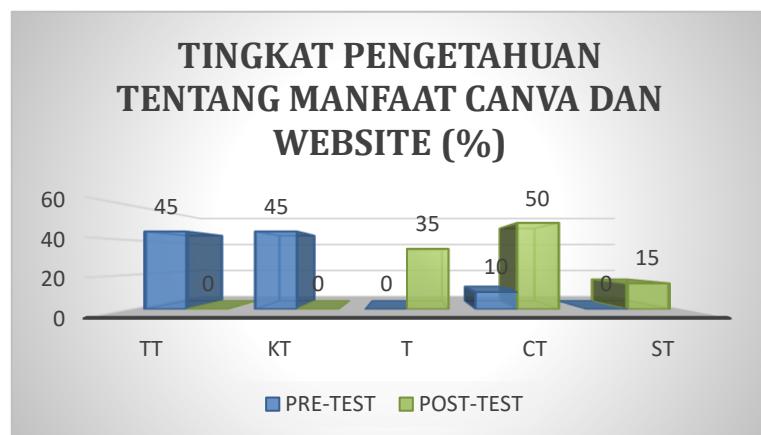
c. Pre-test dan Post-Test Pemanfaatan Canva dan Website

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan pemanfaatan canva dan website dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan canva dan website adalah sebagai berikut:



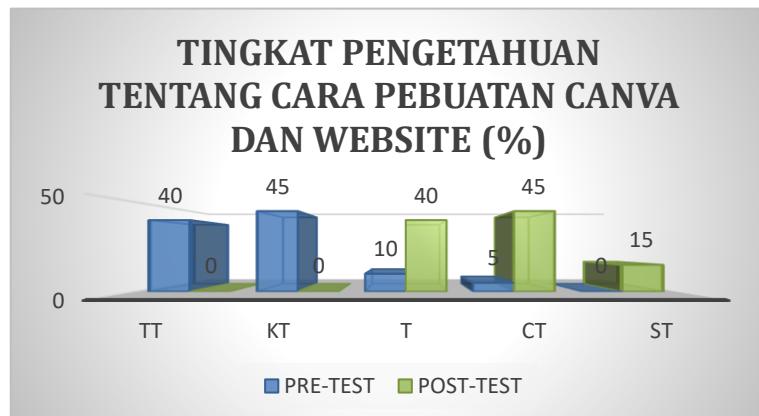
Grafik 11. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Canva dan Website

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan pemanfaatan canva dan website dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang manfaat canva dan website adalah sebagai berikut:



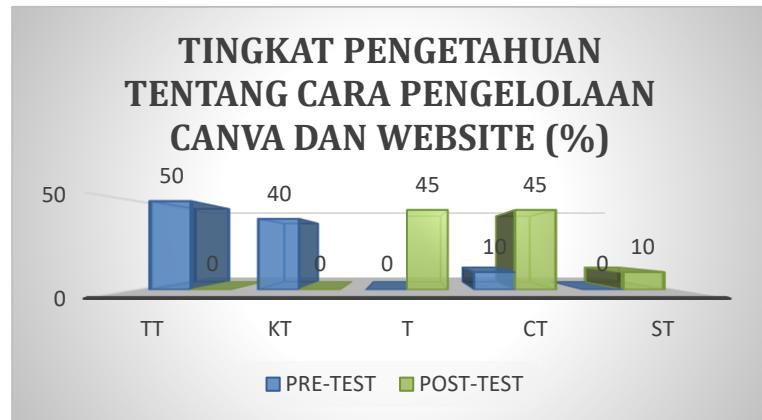
Grafik 12. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Manfaat Canva dan Website

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan pemanfaatan canva dan website dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan cara pembuatan canva dan website adalah sebagai berikut:



Grafik 13. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Cara Pembuatan Canva dan Website

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan pemanfaatan canva dan website dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan cara pengelolaan canva dan website adalah sebagai berikut:



Grafik 14. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Cara Pengelolaan Canva dan Website

Hasil pre-test dan post-test sebelum dan sesudah pelatihan pemanfaatan canva dan website dengan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan tentang peran canva dan website dalam digital marketing adalah sebagai berikut:



Grafik 15. Hasil Pre-Test dan Post-Test Tingkat Pengetahuan Tentang Peran Canva dan Website Dalam Digital Marketing

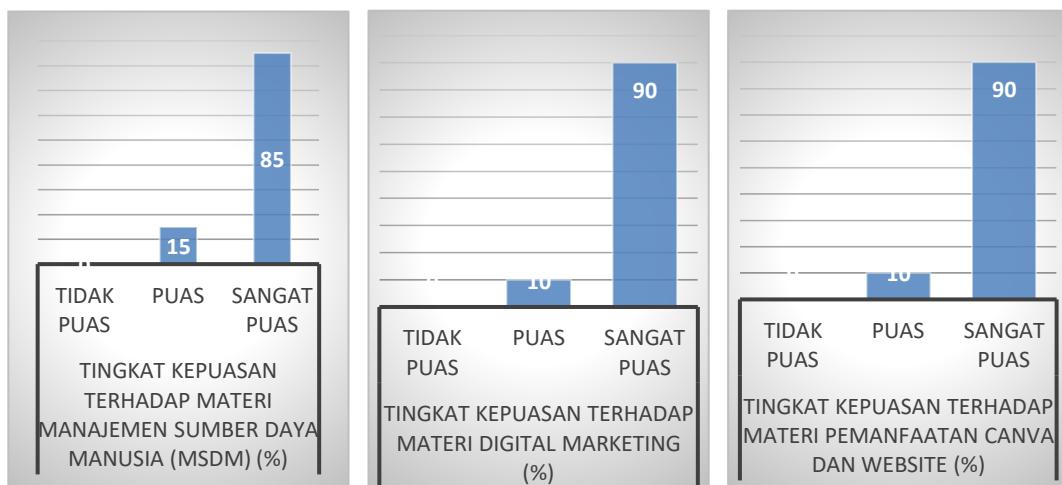
Adapun manfaat dari penerapan teknologi dan inovasi kepada Masyarakat dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 1. Manfaat yang diperoleh (Outcome)

No	Manfaat yang Diperoleh	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
1	Peningkatan kuantitas dan kualitas SDM	<ul style="list-style-type: none"> Pengelolaan SDM yang berupa penempatan pengurus tidak sesuai bidang keahlian dan minat Jumlah anggota LSB Pajaga Ada' masih minim 	<ul style="list-style-type: none"> Penempatan pengurus telah disesuaikan dengan bidang keahlian dan minat Jumlah anggota Lembaga meningkat
2	Peningkatan Aspek Pemasaran Antar Wilayah/Kabupaten	Jumlah orderan pemasaran jasa masih kurang dan hanya skala lokal	Jumlah pemesanan jasa meningkat dan terdapat beberapa dari luar Kabupaten
3	Peningkatan Aspek	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan media sosial kurang optimal 	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan sosial media sebagai media marketing lebih dioptimalkan

Keterampilan	<ul style="list-style-type: none"> Belum memiliki wensite Karya yang dihasilkan tidak ada 	<ul style="list-style-type: none"> Telah memiliki website sebagai media promosi dan transaksi yang lebih profesional Keterampilan dalam bermain music dan tari meningkat dan menghasilkan Garapan karya yaitu Tari Akkaddo Bulo
--------------	---	---

Pada pengabdian masyarakat ini dampak manfaat bagi peserta juga dapat ditunjukkan secara kuantitatif pada penilaian peserta atas materi dan penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat. Tingkat kepuasan peserta terhadap materi yang disampaikan pada kegiatan workshop menunjukkan bahwa peserta sangat puas terhadap materi tersebut.



Grafik 16. Tingkat Kepuasan Peserta Terkait dengan Materi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Digital Marketing dan Pemanfaatan Canva dan Website

Simpulan dan Saran

Kesimpulan pada kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) pada Lembaga Seni Budaya Pajaga Ada' yaitu:

- Pengurus LSB Pajaga Ada' telah memahami terkait pengelolaan Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM). Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh peserta yaitu 85% merasa sangat puas dan sebanyak 15% merasa puas. Adapun terkait pengetahuan tentang Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) mengalami pengingkatan yang signifikan dari prest-test ke posts-test.
- Pengurus LSB Pajaga Ada' telah memahami terkait digital marketing. Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh peserta yaitu 90% merasa sangat puas dan sebanyak 10% merasa puas. Adapun terkait pengetahuan tentang digital marketing mengalami pengingkatan yang signifikan dari prest-test ke posts-test.
- Pengurus LSB Pajaga Ada' telah memahami terkait pemanfaatan canva dan website. Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh peserta yaitu 90% merasa sangat puas dan sebanyak 10% merasa puas. Adapun terkait pengetahuan tentang pengelolaan canva dan website mengalami pengingkatan yang signifikan dari prest-test ke posts-test.

Daftar Rujukan

- Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson Education.
- Igiriza, T., Uwizeyimana, D., & Mutesi, J. (2019). Digital literacy and its impact on organizational performance. *International Journal of Information and Education Technology*, 9(4), 289–294.
- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar ilmu antropologi*. Rineka Cipta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2019). *Human resource management* (15th ed.). Cengage Learning.
- Nasrullah, R., Aditya, W., Satya, T. I., Nento, M. N., & Hanifah, N. (2017). *Materi pendukung literasi digital*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (4th ed.). Kogan Page.
- Setiawan, W., & Pratama, R. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(2), 45–54.
- Terry, G. R. (1977). *Principles of management*. Richard D. Irwin.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
- Yusuf, M., & Wijaya, A. (2021). Digital marketing sebagai strategi pengembangan usaha berbasis kearifan lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(1), 12–21.