

Edukasi Strategi Marketing Wirausaha Produk Roti Lapas Batam (ROPASTAM) Warga Binaan Lapas Kelas II Batam

Eva Amalia¹, Agung Arief Gunawan², Rosie Oktavia Puspita Rini³

Program Studi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam^{1,2,3}

Email Korespodensi: eva@btp.ac.id¹

Dikirim: 17 Oktober 2024 | Direvisi: 21 Oktober 2024 | Diterima: 08 November 2024

DOI: <https://doi.org/10.31629/khidmat.v1i3.7279>

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang strategi pemasaran wirausaha kepada warga binaan di Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) Kelas IIA Batam. Warga binaan yang menjadi fokus kegiatan ini adalah mereka yang terlibat dalam usaha pembuatan roti, dikenal sebagai "Roti Lapas Batam" (Ropastam). Program ini memberikan pelatihan dan bimbingan tentang strategi pemasaran konvensional dan digital, dengan tujuan meningkatkan kemampuan warga binaan dalam memasarkan produk mereka. Produksi roti ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mengurangi stres selama masa tahanan, tetapi juga menjadi bekal keterampilan yang dapat digunakan oleh warga binaan setelah menyelesaikan masa pidana. Tema strategi marketing wirausaha dipilih sebagai fokus utama karena potensi untuk memperluas pasar secara signifikan dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Selain memberikan pengetahuan tentang kewirausahaan, kegiatan ini juga bertujuan untuk membangkitkan minat dan kreativitas warga binaan dalam mengembangkan ide bisnis lainnya di masa depan. Kegiatan ini merupakan bagian dari program pembinaan kemandirian yang diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mempersiapkan warga binaan untuk menghadapi tantangan di dunia bisnis yang terus berkembang, terutama di era digital. Pada akhirnya, diharapkan warga binaan dapat mandiri secara ekonomi dan aktif berperan dalam pembangunan masyarakat setelah kembali ke lingkungan sosial.

KATA KUNCI: Edukasi, Strategi Marketing, Produk Roti, Lapas

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi strategi marketing wirausaha kepada warga binaan yakni di Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) Kelas II A Batam yang saat ini sedang menjalankan program pembinaan kemandirian dengan mendirikan usaha pembuatan roti, pembuatan tempe dan wirausaha kuliner lainnya seperti kopi, teh tarik dan produk kuliner olahan seperti mie goreng, nasi goreng, kwetiau dan lainnya yang memang disediakan oleh Lapas Kelas II A Batam sebagai alternatif bidang pembinaan warga binaan.

Untuk lebih fokus terhadap sasaran atau target warga binaan maka kegiatan pengabdian masyarakat ini diprioritaskan bagi warga binaan yang terlibat dalam usaha produk roti dimana usaha pembuatan roti tersebut dinamakan Roti Lapas Batam (Ropastam) yang di buat di 'rumah' produksi yang berlokasi di dalam Lapas. Dapur roti ini dikelola oleh Seksi Kegiatan Kerja Lapas Kelas II A Batam dan melibatkan warga binaan yang memiliki pengalaman di bidang kuliner.

Dalam sehari Ropastam diproduksi sebanyak kurang lebih 100 hingga 150 potong roti dimana saat ini baru ada 2 (dua) jenis roti yang diproduksi yaitu Roti Ekonomis dan Roti Balok. Pembuatan Roti ini, selain baik untuk organisasi, kegiatan ini juga sangat bermanfaat bagi Warga Binaan, lantaran bisa jadi bekal untuk membuka usaha kecil-kecilan di luar, setelah selesai menjalankan masa pidananya. Kegiatan pembuatan roti ini menjadi kegiatan positif bagi para Warga Binaan, agar tidak mengalami tekanan atau stres dalam menjalani masa pidananya. Selain itu kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bagian dari pengembangan diri agar ketika keluar, memperoleh ilmu yang dapat digunakan untuk membuka usaha di luar.

Pemilihan topik pemasaran digital memang diangkat agar melalui pengabdian masyarakat kegiatan ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep dasar dan strategi pemasaran (marketing) serta kewirausahaan untuk mendorong mengembangkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnis lainnya di masa depan. Topik yang disampaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat Strategi Marketing Wirausaha Produk Roti Warga Binaan Lapas Batam didasarkan atas perkembangan digitalisasi menjadi perlu untuk diterapkan karena melihat aktivitas masyarakat yang tidak lepas dari media sosial (Aulia et al., 2019). Tidak hanya itu, digitalisasi juga memungkinkan adanya perluasan target pemasaran yang jumlahnya menjadi berkali lipat lebih banyak jika dibandingkan dengan pemasaran konvensional (Nirmala, 2020).

Pembelajaran dan praktik langsung menggunakan strategi-strategi pemasaran ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana cara memasarkan produk atau jasa mereka secara efektif dalam dunia bisnis yang kompetitif (Maak et al., 2023). Selain itu penumbuhan nilai-nilai kewirausahaan dan minat berwirausaha tidak hanya melalui transfer pengetahuan yang bersifat teoritis, namun pembelajaran yang bersifat learning (Wibowo, 2020). Dengan memperhatikan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam persiapan warga binaan untuk menghadapi tantangan dan peluang di dunia bisnis yang terus berkembang dengan memanfaatkan potensi usaha kuliner yang saat masih menjadi sektor andalan.

Program pembinaan kemandirian pembuatan roti yang diproduksi oleh Lembaga Pemasyarakatan Klas IIA (LAPAS) Batam yang dulunya dikenal sebagai Rumah Tahanan Negara Kelas IIB Batam adalah Unit Pelaksana Teknis dibawah Kantor Wilayah Kementerian Hukum Dan HAM Kepulauan Riau memang menjadikan program pembinaan Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP) berdasarkan sistem, kelembagaan dan pola pembinaan merupakan bagian akhir dari sistem pemidanaan dalam Tata Peradilan Pidana Terpadu (*Integrated Criminal Justice System*) (Suryadi et al., 2024).

Tingkat kriminalitas yang tinggi di Pulau Batam menyebabkan bertambahnya jumlah Warga Binaan Pemasyarakatan yang harus ditampung di RUTAN Batam dari tahun ke tahun, sehingga dibutuhkan penanganan yang lebih spesifik dan terpadu dalam proses pemasyarakatan. Lapas Kelas II Batam memiliki visi terciptanya pemulihan kesatuan hubungan hidup, kehidupan dan penghidupan warga binaan pemasyarakatan sebagai individu, anggota masyarakat dan makhluk ciptaan Tuhan YME (Membangun Manusia Mandiri). Sementara misi yang diusung adalah melaksanakan perawatan tahanan dan pembinaan Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP) dalam kerangka penegakan hukum, pencegahan dan penanggulangan kejahatan serta pemajuan dan perlindungan hak asasi manusia. Secara khusus pula tujuannya adalah untuk membentuk Warga Binaan Pemasyarakatan agar menjadi manusia seutuhnya, menyadari kesalahan, memperbaiki diri, mandiri dan tidak mengulangi tindakan pidana sehingga dapat diterima kembali oleh lingkungan masyarakat, dapat aktif berperan dalam pembangunan dan dapat hidup secara wajar sebagai warga yang baik dan bertanggung jawab.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menerapkan metode Participatory Action Research (PAR), yang bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi dan tantangan sehingga pencapaian dari kegiatan dapat lebih mudah diukur. Selain itu kegiatan ini juga diharapkan dapat mendorong partisipasi dalam perubahan. Proses PAR meliputi observasi, refleksi, perencanaan aksi, pelaksanaan program, dan evaluasi (Aldana et al., 2023). Dalam pelatihan strategi marketing ini dilaksanakan beberapa tahapan yaitu identifikasi masalah melalui observasi yang direfleksikan menjadi proses tindak lanjut yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Identifikasi masalah dilakukan dengan tinjauan langsung dan wawancara selanjutnya rencana aksi dikembangkan melalui kolaborasi akademisi dan praktisi, kemudian diimplementasikan dalam pelatihan tentang strategi marketing sementara untuk keberlanjutan, pemasaran produk dilakukan melalui digital marketing, diakhiri dengan evaluasi program (Mujiono; et al., 2024).

Metode yang digunakan dalam rangka mencapai tujuan kegiatan ini adalah edukasi melalui penyuluhan dan melakukan pelatihan. Kegiatan edukasi bertujuan memberikan pengetahuan tentang peran media sosial dalam meningkatkan penjualan produk kuliner secara spesifik produk roti. Pendekatan yang dilakukan melalui kegiatan edukasi ini dikemas sedemikian rupa sehingga Setelah itu peserta mendapatkan pelatihan tentang promosi dan pemasaran produk efektif. Berikut ini rangkaian adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan pada saat pelaksanaan Pengabdian Masyarakat. Adapun tahapan dalam pengabdian masyarakat ini, meliputi:

1. Tahap Perencanaan Kegiatan, kegiatan ini merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan tinggi Pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk riset, pengajaran dan pengabdian secara langsung di masyarakat merupakan bagian penting yang tak terpisahkan dalam dunia kampus (Chudzaifah et al., 2021). Prodi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam mempertimbangkan pelaksanaan Pengabdian Kepada

- Masyarakat yang berhubungan dengan kompetensi keilmuan yakni di bidang kuliner yang berhubungan dengan produk roti Lapas Kelas II Batam
2. Tahapan Pengajuan izin, Pengajuan ijin dilakukan melalui Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan HAM Provinsi Kepulauan Riau melalui surat Nomor W.32.UM.01.01-7123 tertanggal 23 Agustus 2024 yang dilanjutkan dengan Koordinasi yang dilakukan ke Lapas Kelas II A Batam
 3. Tahap Observasi dan Wawancara yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan untuk melihat langsung rumah produksi roti, observasi singkat profil warga binaan dan alur kegiatan yang akan dilaksanakan.
 4. Tahap pelaksanaan Kegiatan Pembinaan, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat yang terdiri dari 3 (tiga) dosen membagi materi pengantar tentang peluang yang ada dalam pemasaran produk roti Ropatom yang mendapat respon yang serius dari peserta ditandai dengan antusias warga binaan mengajukan pertanyaan. Selanjutnya materi tentang dasar-dasar pemasaran dan inovasi pemasaran yang disampaikan dengan menggunakan paparan contoh-contoh pemasaran serta materi tentang strategi pemasaran berbasis digital.
 5. Tahap Tanya Jawab Pengabdian Kepada Masyarakat Metode yang digunakan dalam program pengabdian ini adalah berdasarkan pada permasalahan mitra yakni unit usaha roti warga binaan melakukan Focus Group Discussion (FGD) pada unit usaha serta bidang program kerja Lapas Kelas II Batam setelah pemaparan untuk melakukan brain storming permasalahan pemasaran yang dihadapi seputar pemasaran produk roti. Selanjutnya diusulkan agar adanya kesinambungan terhadap kegiatan PKM lanjutan yaitu pendampingan dan pelatihan pengemasan produk dan mendesain label kemasan agar memiliki merek dagang serta untuk meningkatkan daya tarik terhadap pembeli dan Pendampingan pengurusan Izin NIB, P-IRT dan Setifikat Halal.

Gambar 1. Kunjungan Tim PKM ke LAPAS Kelas II A Batam.



Sumber: Dokumentasi PKM, 2024

Bentuk Partisipasi Mitra Lapas Kelas II Batam dalam kegiatan ini juga menjadi bagian dari keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat:

1. Mitra memfasilitasi tim peneliti dalam proses asesmen (observasi dan wawancara) untuk melakukan kegiatan dengan pendampingan ke rumah produksi lapas untuk memastikan kelancaran pelaksanaan
2. Mitra membantu tim mensosialisasikan kegiatan PKM dan melakukan seleksi terhadap warga binaan yang akan mengikuti kegiatan. Pemilihan warga binaan yang telah terlibat dalam kegiatan produksi roti menjadi prioritas ditambah dengan beberapa warga binaan yang memiliki minat di bidang usaha roti
3. Mitra membantu tim dalam memfasilitasi proses asesmen dengan warga binaan setelah pelaksanaan kegiatan dengan melakukan asesmen terhadap efektifitas pemateri, pemahaman terhadap materi yang berkaitan dengan strategi marketing serta sejauh mana materi tentang strategi pemasaran ini memberikan impact terhadap minat berusaha warga binaan nantinya.

Untuk mengukur tingkat keberhasilan edukasi yang dilakukan dilakukan melalui 2 (dua) metode yakni mengumpulkan umpan balik melalui kuesioner dapat memberikan wawasan penting mengenai tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan, relevansi materi, dan kualitas pengajaran. Informasi ini sangat berharga untuk menilai keberhasilan program. Setelah itu dilakukan analisis jangka panjang terhadap edukasi yang bertujuan untuk melakukan evaluasi lanjutan guna mengukur seberapa efektif edukasi yang dilakukan melalui pemahaman warga binaan. Hal lain yang perlu dilakukan adalah sejauh mana peserta menerapkan keterampilan dalam hal pemasaran. Metode evaluasi ini akan memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai efektivitas pelatihan dan dampaknya terhadap peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kunjungan ke Produk Roti ROPATAM

Produk yang mulai dibuat pada bulan Juni 2024 tersebut berada di bawah program pembinaan kemandirian melalui usaha pembuatan. Kegiatan tersebut berada di bawah pengawasan Seksi Kegiatan Kerja Lapas Batam dan melibatkan warga binaan yang memiliki pengalaman di bidang kuliner. Dalam sehari, produksi roti mencapai 150 hingga 200 pcs, dengan dua jenis roti yang diproduksi: Roti Ekonomis dan Roti Balok. Dalam wawancaranya Kepala Lapas Batam, Heri Kusrita, menjelaskan bahwa selain bermanfaat bagi Lapas sebagai institusi usaha ini tentunya memberikan dampak positif bagi warga binaan dan diharapkan dapat menjadi bekal keterampilan untuk membuka usaha kecil-kecilan setelah warga binaan menyelesaikan masa pidana dan kembali ke masyarakat. Selain itu produk ini juga telah dimohonkan merk ke Dirjen Haki terkait logo, merk, dan simbol dan akan dilakukan proses untuk pengajuan sertifikasi halal ke Kemenag RI.

Produk roti yang dibuat sudah cukup memadai dari segi kualitas produk yakni cukup lembut dan enak rasanya, adonan yang menggunakan bahan-bahan pilihan, isian yang bervariasi bahkan tampilan yang sudah memakai kemasan plastik yang ditempel logo yang cukup menarik. Pembuatan roti ini tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan yang produktif, tetapi juga sebagai sarana untuk mengurangi stres selama menjalani masa pidana. Selain itu, program ini berperan dalam pengembangan diri warga binaan, sehingga ketika mereka kembali ke masyarakat dapat memiliki keterampilan yang bisa

digunakan untuk membuka usaha. Saat ini produk roti tersebut masih dijual terbatas di lingkungan internal baik untuk konsumsi warga binaan maupun dijual melalui koperasi Lapas Kelas II Batam di lingkungan staff dan pegawai Lapas.

Dari observasi yang dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa potensi penjualan produk tersebut masih terbuka luas sehingga diperlukan suatu terobosan pemasaran melalui pemasaran konvensional dan pemasaran digital. Alternatif untuk melakukan pemasaran digital perlu dicermati mengingat pemasaran digital mampu menjangkau semua lapisan masyarakat kapanpun dan dimana pun tanpa melihat lagi geografis dan status sosial. (Nizar et al., 2023). Konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi jual beli terhadap penjual produk dan menentukan keputusan pembeliannya dengan sangat mudah melalui platform website, aplikasi maupun media sosial yang sudah banyak berkembang dengan bebas tanpa harus berat muka secara langsung (Boer et al., 2019).

Gambar 2. Tim PKM melakukan Peninjauan Langsung terhadap pengolahannya



Sumber: Dokumentasi PKM, 2024

2. Pemaparan Materi Pelatihan Kewirausahaan untuk Warga Binaan

Pemaparan dititikberatkan pada materi tentang model pemasaran atau marketing yang dapat memberikan upaya peningkatan penjualan dan dititikberatkan pada warga binaan agar dapat berkolaborasi dan peka terhadap perkembangan jaman terutama memulai untuk berwirausaha dalam pengembangan produk serta meningkatkan keterampilan pengelolaan kewirausahaan secara modern dan mengandalkan arus informasi dan komunikasi (Mujiono et al., 2024).

Pesan yang ingin disampaikan pada Pengabdian Masyarakat ini antara lain bahwa peran edukasi tidak hanya memberikan pendidikan intelektual, namun juga pemahaman kewirausahaan usaha kuliner yang dapat dijadikan potensi pendapatan. Selain itu coaching clinic juga memberikan edukasi terhadap peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai manajemen pengembangan usaha dan pengelolaan modal kerja yang berguna untuk pengelolaan keuangan. Secara garis besarnya, kewirausahaan sosial mengusung dua prinsip dalam kegiatannya, yaitu (1) Menciptakan inovasi sosial yang dapat mengubah sistem yang telah ada di tengah masyarakat, dan

(2) memiliki orang-orang yang mempunyai visi dan senantiasa kreatif (Anggraini et al., 2023).

Menumbuhkan sifat kewirausahaan sosial juga sangat penting sebelum terjun ke aspek bisnis karena dalam hal ini, pencapaian yang ingin diraih oleh kewirausahaan sosial tidak hanya keuntungan semata, akan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat yang penerima manfaat dimana sebagai warga binaan ini memberikan platform kepercayaan diri untuk kembali bermasyarakat nantinya.

Manfaat dari kegiatan ini yang diharapkan terwujud adalah dari sisi ekonomi adalah peserta dapat meningkatkan dan mengembangkan diri yang akan berdampak pada kemauan dan untuk meningkatkan modal usaha dan pengembangan usaha pada akhirnya dapat menghadapi berbagai tantangan di era disrupsi dan kompetisi (Anggraini et al., 2023). Selain itu berkembangnya produk produk UMKM pada masyarakat menjadi alternated dimana mencari pekerjaan yang cocok di masyarakat saat ini menjadi sulit. Pada edukasi dititikberatkan pentingnya pemanfaatan digital marketing dimana semua orang yang memiliki bisnis harus memahami betapa pentingnya digital marketing, Tiap usaha atau bisnis tentunya memerlukan strategi marketing memerlukan strategi pemasaran yang efektif agar dapat menarik pelanggan sebanyak mungkin sehingga dapat memberikan keuntungan yang lebih besar (Prihatiningtyas et al., 2024).

Adanya kemajuan teknologi yang semakin pesat memang selayaknya dimanfaatkan secara bijaksana untuk memudahkan segala jenis pekerjaan dimana strategi pemasaran modern selaras dengan tujuan usaha, Kemajuan teknologi dan informasi yang sangat pesat sangat mempengaruhi yang menggese offline tradisional ke pemasaran digital marketing online. Prospek pemasaran sangat memungkinkan calon pelanggan untuk mengakses informasi produk hingga bahkan menyelesaikan transaksi melalui internet. Pesatnya perkembangan teknologi digital yang didukung internet dan lainnya telah memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan teknologi informasi (Wahyuni et al., 2023).

Tantangan yang dihadapi berdasarkan masukan dari peserta kegiatan edukasi adalah karena aturan dan regulasi yang sangat ketat terhadap pembatasan penggunaan media komunikasi terutama digital di Lapas Kelas II Batam sehingga edukasi terhadap strategi pemasaran ini tidak bisa serta merta langsung dipraktekkan namun penumbuhan terhadap jiwa wira usaha secara sadar, mandiri dan memiliki kesamaan persepsi terhadap upaya-upaya rintisan kewirausahaan terutama aspek kompetensi (Asina et al., 2021). Kendala lainnya tentu sangat minimnya referensi terhadap pemanfaatan *e-commerce* sebagai salah satu pemasaran digital marketing diman bila dikembangkan melalui pemasaran digital marketing melalui *e-commerce* dan media online dalam rangka memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efektivitas pemasaran produk sehingga edukasi ini hendaknya menysasar strategi marketing konvensional yang pada prinsipnya dapat juga menjadi pilihan yang tepat.

3. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan yang telah dilakukan pada program ini, terdapat sejumlah faktor pendukung dan faktor penghambat dalam

pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Faktor pendukung yang teridentifikasi antara lain adalah antusiasme dan minat yang tinggi dari warga binaan dan tim kerja di Lapas Kelas II A Batam, yang ditunjukkan melalui komitmen waktu dan keterlibatan aktif mulai dari tahap pra-perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan yang sudah dilakukan.

Selain itu, komitmen kuat dari Kanwil Kemenkumham Kepulauan Riau serta pihak Lapas Kelas II A Batam dalam memberikan dukungan dan asistensi untuk kelancaran kegiatan ini sangat membantu, terutama dengan adanya minat untuk melanjutkan kegiatan lebih lanjut guna memperdalam keterampilan wirausaha melalui pelatihan dan training khusus di bidang marketing dan kewirausahaan. Pelatihan lanjutan ini dapat difasilitasi oleh dinas atau instansi terkait sebagai leading sektor di bidang UMKM, atau melalui kerja sama dengan lembaga pelatihan lainnya. Selain itu, dukungan juga datang dari Prodi Manajemen Kuliner dan PUSLITABMAS Politeknik Pariwisata Batam, yang turut berpartisipasi dalam program pelatihan lanjutan yang berkaitan dengan tema kewirausahaan di Lapas Kelas II A Batam. Program ini telah ditindaklanjuti dengan PKM yang mengusung tema inovasi dan kreasi produk roti serta edukasi strategi pemasaran yang efektif melalui digitalisasi. Observasi lapangan juga menunjukkan bahwa fasilitas produksi roti di lapas cukup memadai, dengan perhatian khusus diberikan pada aspek personal hygiene.

Namun, terdapat pula beberapa faktor penghambat yang menjadi tantangan dalam pelaksanaan program ini. Salah satunya adalah keterbatasan waktu untuk kegiatan pelatihan, terutama pada sesi praktik, seperti showcase media promosi produk UMKM yang hanya dapat ditampilkan secara singkat. Dengan keterbatasan waktu ini, kegiatan yang lebih mendalam, seperti penggunaan media sosial Facebook, Instagram, dan website sebagai contoh promosi, tidak dapat dilakukan secara optimal. Selain itu, keterbatasan referensi dan literasi tentang kewirausahaan menjadi kendala tersendiri, sehingga beberapa cakupan materi tidak dapat disampaikan dengan optimal. Literasi yang memadai diperlukan agar peserta dapat memahami konsep dasar kewirausahaan, pembentukan karakter entrepreneur, serta pentingnya literasi digital untuk mengantisipasi perkembangan zaman. Tantangan lain yang dihadapi adalah jarak lokasi Lapas Kelas II A Kota Batam di Tembesi yang cukup jauh, sehingga memakan waktu perjalanan yang cukup lama dan membatasi waktu untuk edukasi serta kegiatan praktik yang lebih baik.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan manfaat yang berguna bagi warga binaan dalam mempersiapkan diri memulai usaha yang dapat menjadi potensi pendapatan setelah mereka keluar dari lapas. Program ini bertujuan untuk memotivasi warga binaan melalui edukasi di bidang strategi pemasaran dan memperkenalkan konsep kewirausahaan, termasuk pemahaman tentang apa itu entrepreneur, skema berwirausaha, cara memulai bisnis, serta bagaimana menumbuhkan jiwa dan mental wirausaha yang tangguh. Program ini juga memberikan tips praktis dalam memulai dan mengelola usaha, dengan harapan bahwa para peserta dapat memiliki keterampilan dasar yang mendukung mereka dalam menjalankan bisnis di masa mendatang.

KESIMPULAN

Secara umum, edukasi tentang strategi pemasaran, baik konvensional maupun digital, memberikan manfaat yang signifikan bagi warga binaan Lapas Kelas IIA Batam, terutama bagi mereka yang terlibat dalam usaha pembuatan roti "Roti Lapas Batam" atau Ropastam. Walaupun implementasinya belum optimal, program ini memiliki potensi besar untuk berkontribusi terhadap peningkatan produksi dan penjualan Ropastam melalui penerapan strategi digital marketing. Salah satu langkah yang diusulkan adalah mempromosikan produk Ropastam dengan lebih gencar melalui website resmi Lapas Kelas II Batam, termasuk membuat liputan khusus yang menyoroti bukan hanya hasil atau volume produksi, tetapi juga proses produksi yang dikemas secara menarik dan profesional. Walaupun ada batasan tertentu mengenai aturan ekspose kegiatan di lingkungan lapas, hal ini dapat diatasi dengan memanfaatkan strategi digital marketing melalui website tersebut, sehingga informasi mengenai produk Ropastam tetap bisa diakses publik secara aman dan sesuai regulasi. Selain itu, pemasaran Ropastam juga perlu diperluas ke luar lingkungan Lapas Kelas II Batam dengan menargetkan pasar yang lebih luas, misalnya melalui instansi lintas sektor di bawah naungan Kementerian Hukum dan HAM di wilayah Provinsi Kepulauan Riau.

Untuk menjamin kontinuitas produksi, jumlah warga binaan yang terlibat dalam proses produksi Ropastam sebaiknya ditingkatkan menjadi dua kali lipat dari jumlah saat ini, yaitu dari 10 menjadi 20 orang, sehingga kapasitas produksi dapat terpenuhi secara konsisten. Selain itu, jumlah produksi Ropastam perlu ditingkatkan menjadi minimal 250 potong per hari agar dapat memenuhi kebutuhan pasar di luar lingkungan lapas. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, beberapa saran dapat dipertimbangkan, di antaranya adalah memberikan pelatihan lanjutan kepada warga binaan terkait strategi pemasaran digital, yang meliputi pelatihan pembuatan website, pengemasan materi iklan, branding dan promosi produk, serta pelatihan desain komunikasi visual produk.

Warga binaan yang telah terlatih dalam strategi pemasaran digital juga disarankan untuk mendapatkan pendampingan usaha melalui koperasi atau unit usaha di bawah naungan Lapas Kelas II Batam, agar mereka bisa berperan sebagai 'marketing arm' dan diberikan target penjualan produk. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan dapat membantu warga binaan mempersiapkan diri untuk berperan aktif dalam masyarakat dan memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi setelah mereka kembali ke lingkungan sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kelancaran kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini. Terima kasih kepada Kanwil Kementerian Hukum dan HAM Kepulauan Riau dan pihak Lapas Kelas II A Batam atas dukungan dan kerja samanya, yang memungkinkan terlaksananya program pelatihan ini dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Prodi Manajemen Kuliner dan PUSLITABMAS Politeknik Pariwisata Batam atas bantuan dan partisipasi aktif dalam memberikan pelatihan dan pendampingan, serta mendukung warga binaan dalam pengembangan keterampilan kewirausahaan.

Tak lupa, kami haturkan apresiasi setinggi-tingginya kepada para warga binaan yang antusias dan bersemangat dalam mengikuti kegiatan ini. Partisipasi aktif dan semangat belajar yang tinggi dari peserta adalah kunci keberhasilan program ini. Semoga kegiatan ini membawa manfaat yang nyata bagi peningkatan keterampilan dan motivasi warga binaan dalam mempersiapkan masa depan yang lebih baik. Terima kasih sekali lagi kepada seluruh pihak yang telah terlibat, dan semoga kegiatan ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif yang berkesinambungan bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldana, S., Haq, A., & Muljanto, A. M. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Adaptasi Digital Marketing Pada UMKM Kalirungkut. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 1958–1963.
- Anggraini, D., Nugroho, I. P., Rachmawati, R., & Mariana, M. (2023). Coaching Clinic Kewirausahaan Mahasiswa Untuk Membangun Optimisme Dan Adaptabilitas Di Era Disrupsi. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(3), 1816. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16912>
- Asina, I., Soputan, G., & Sumual, M. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Motivasi Intrinsik Terhadap Pengembangan Usaha Kuliner Di Tondano. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 136-149.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- Boer, K. M., Wibowo, S. E., & Arsyad, A. W. (2019). Edukasi Pemasaran Dan Branding Dalam Meningkatkan Skill Kewirausahaan. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 1(1), 38. <https://doi.org/10.30872/plakat.v1i1.2693>
- Chudzaifah, I., Hikmah, A. N., & Pramudiani, A. (2021). Tridharma Perguruan Tinggi: Sinergitas Akademisi dan Masyarakat dalam Membangun Peradaban. *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian dan Pendampingan Masyarakat*, 1(1), 79-93.
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2020). *Dasar dan Konsep Kewirausahaan. In Penerbit Universitas Muhammadiyah Surabaya* (Vol. 5, Issue 3).
- Maak, C. S., Riwu, Y. F., Fanggal, R. E., & Lada, J. H. (2023). Pendampingan UMKM dan Digital Marketing Kepada Warga Binaan Lapas Perempuan Kelas II B Kupang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7, 2738–2745.
- Mujiono, Gaol, L. L., & Widiyanto. (2024). Pelatihan Digital Marketing pada Program Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Terbuka. *Bakti Cendana; Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 30–42.
- Nirmala, B. P. W., & Paramitha, A. A. I. I. (2020). Digitalisasi desa dan potensi wisata di desa kerta, kabupaten Gianyar menuju pariwisata 4.0. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(3), 350-355.
- Nizar, M., Iltiham, Fahmul, M., & Rakhmawati, A. (2023). Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan dan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital. *Abdimas Unwahas*, 8(2), 41–48.



- Prihatiningtyas, S., Umardiyah, F., Wulandari, A., & Lu, A. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Desa Pesantren. *Jumat, Ekonomi : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1).
- Suryad;, Akbar, O. R., & Taher, A. M. (2024). Pembinaan , Pemberdayaan dan Pembimbingan Narapidana di Lapas dan BAPAS Majalengka Secara Holistik dan Integratif (Mental Spiritual, Sosial dan Ketrampilan Usaha). *Community Development Journal*, 5(1), 1634–1639.
- Wahyuni, S., Noviyah, N. M. R., Esti, H., Markonah;, & Kurniawati, D. (2023). Motivasi Dalam Membuka Usaha Baru di LAPAS Salemba Kelas IIA. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(1), 33–37.
- Wibowo, A. (2020). Pengantar Kewirausahaan (I). Yayasan Prima Agus Teknik.