

SOSIALISASI BRANDING PRODUK KULIT DAN BAHAYA NARKOTIKA GUNA MEMAKSIMALKAN DIGITAL MARKETING

¹NUR LAILIYATUL INAYAH, ²RINDIANI PUSPITASARI, ³ANNISYA APRILIA NOOR

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ^{2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. Ahmad Yani No.114 Surabaya Telp. (031) 8285602, Fax. (031) 8291107

email : ¹nur@ubhara.ac.id, ²rindipuspita2@gmail.com, ³aaprilial19@gmail.com

ABSTRAK

INTAKO merupakan salah satu koperasi besar yang terletak di Desa Kedensari, Kec. Tanggulangin, Kab. Sidoarjo. INTAKO mengalami penurunan penghasilan sejak tahun 2006 karena adanya luapan lumpur lapindo yang menyebabkan sepi pengunjung. Pada kegiatan KKN Tematik ini berusaha membangun kembali roda perekonomian di Desa Kedensari melalui program “Sosialisasi Branding Produk Kulit dan Bahaya Narkotika Guna Memaksimalkan Digital Marketing”. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini melalui 2 tahap, yaitu tahap pertama dengan melakukan peninjauan lokasi, perencanaan program dengan koordinasi dengan pihak internal dan eksternal, mengurus perizinan, dan persiapan materi program sosialisasi. Lalu pada tahap kedua yakni implementasi terdapat pelaksanaan program KKN dengan melakukan pembukaan, sosialisasi digital marketing, sosialisasi bahaya narkotika, penutupan kegiatan, dan evaluasi yang dilakukan dengan pihak internal dan eksternal. Meskipun beberapa pelaksanaan program mengalami beberapa kendala dan melakukan penjadwalan ulang, namun seluruh program dapat terlaksana dengan lancar dan berhasil sampai Penutupan dan diapresiasi oleh Warga Desa Kedensari.

Kata kunci : INTAKO, Desa Kedensari, Branding, Digital Marketing, Narkotika

ABSTRACT

INTAKO is one of the large cooperatives in Kedensari, Tanggulangin, Sidoarjo. INTAKO has a decrease income since 2006 due to an overflow of lapindo mud that caused desolation of conifers. At the student study service tried to rebuild the economic in Kedensari through the program “Socialization of Branding of Leather Products and the Dangers of Narcotics to Maximize Digital Marketing”. The implementation of this activity goes through 2 stages, the first stage by conducting site review, program planning with coordination with internal and external parties, taking care of licensing, and preparation of socialization program materials. Then in the second stage there is the opening, socialization of digital marketing and narcotic, closure and evaluation with internal and external parties. Although some program obstacles, but it was successfully until and appreciated.

Keywords : INTAKO, Kedensari, Branding, Digital Marketing, Narcotics

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman saat ini berdampak pada perkembangan teknologi yang semakin canggih. Dengan perkembangan pada bidang teknologi tersebut, salah satu daring yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat adalah banyaknya platform online yang dapat mempermudah aktivitas sehari-hari. Berbagai platform online tersebut memiliki fungsi dan karakteristiknya masing-masing. Sehingga masyarakat dapat menggunakan platform online sebagai media promosi dan berjualan sesuai dengan kebutuhan. Platform online yang sering dimanfaatkan sebagai media promosi dan berjualan merupakan website. Saat ini website telah menjadi media utama yang digunakan untuk memperkenalkan produk. Website telah menjadi kewajiban bagi setiap instansi

maupun perusahaan untuk memperkenalkan branding-nya. Selain website, saat ini juga terdapat sosial media dan e-commerce yang juga berfungsi untuk media promosi produk. Karena melalui website, sosial media, dan e-commerce dapat memudahkan aktivitas perdagangan baik dari pihak penjual maupun pembeli. Yakni penjual dapat memangkas biaya promosi konvensional yang cenderung tinggi, di saat pembeli juga dapat menghemat waktu serta tenaga untuk menghampiri outlet langsung dari produk yang akan dibeli.

Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut, Koperasi INTAKO sebagai salah satu koperasi di Sidoarjo yang mengalami penurunan penghasilan sejak tahun 2006 karena adanya luapan lumpur lapindo yang menyebabkan sepi pengunjung, juga mulai merancang strategi agar tetap relevan di era modern ini.

Saat ini Koperasi INTAKO dianggap tidak berhasil mengikuti perkembangan zaman. Sebab kurangnya inovasi dalam promosi secara daring baik melalui website, media sosial, maupun e-commerce. Hal ini menjadi krisis bagi para pekerja dan anggota Koperasi INTAKO karena para UMKM yang produksinya bergantung pada jumlah permintaan Koperasi INTAKO. Hal ini membuktikan bahwa sebesar apapun perusahaan, tidak dapat bertahan di era digital apabila tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi. Serta membuat anggota dari Koperasi INTAKO saat ini memasarkan produknya secara mandiri dan melakukan perang harga yang tidak sehat[1]. Salah satu brand tas kulit yang dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman adalah "Flicka Bags". Flicka merupakan salah satu brand yang berhasil memperkenalkan merk-nya secara mandiri tanpa melalui Koperasi INTAKO. Padahal asal dan kualitas tas yang digunakan sama dengan UMKM yang bergantung dengan order dari Koperasi INTAKO. Saat ini Flicka telah berhasil menjual produknya baik secara nasional melalui media sosial dan e-commerce dengan penjualan lebih dari 10.000 tas setiap bulannya. Fenomena ini membuat para anggota KKN Kelompok 028 Mahatma tergerak untuk membantu UMKM anggota Koperasi INTAKO yang dijalankan oleh warga Desa Kedensari yang produksi serta pemasarannya masih bergantung pada Koperasi INTAKO. KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma ingin membantu UMKM anggota Koperasi INTAKO untuk lebih berani mandiri dalam melakukan promosi dan publikasi produk serta mau mengikuti perkembangan teknologi yakni mempelajari dan melaksanakan strategi digital marketing untuk menjalankan bisnis produk kulitnya.

Kondisi aktivitas penjualan saat ini, mayoritas UMKM di Desa Kedensari hanya menerima pembelian dalam jumlah banyak dan tidak menerima pembelian ecer. Seharusnya hal ini tidak akan menjadi halangan apabila para pengrajin dapat memanfaatkan teknologi secara maksimal. Sehingga dengan kemudahan yang ada, diharapkan para anggota KKN Kelompok 028 dapat membantu UMKM di Desa Kedensari untuk menciptakan brandingnya sehingga dapat meningkatkan omset dan bersaing dalam penjualan nasional maupun internasional.

Dengan adanya program sosialisasi branding produk kulit diharapkan dapat membantu UMKM mengenal dan memahami strategi digital marketing melalui sosial media dan e-commerce. Karena dapat dilihat bahwa beberapa UMKM di Desa Kedensari sudah memiliki akun sosial media dan e-commerce namun penggunaannya tidak maksimal karena tidak memiliki strategi marketing karena masih berfokus pada angka penjualan saja.

Melalui isu ini Kelompok 028 Mahatma melihat peluang untuk mengenalkan dan memberi pemahaman mendalam mengenai strategi digital marketing kepada anggota Karang Taruna Desa Kedensari yang anggotanya merupakan anak-anak muda Desa Kedensari dengan pemikiran yang lebih sadar akan potensi sosial media dan e-commerce. Meskipun saat ini mayoritas anggota Karang Taruna belum memiliki UMKM secara mandiri, namun para anak muda ini dapat menjadi tonggak bagi para pelaku UMKM senior yang kurang memahami strategi digital marketing.

Sehingga program KKN Kelompok 028 untuk mendukung anggota Karang Taruna selain memberi sosialisasi mengenai branding, terdapat juga program sosialisasi mengenai bahaya Narkotika. Hal ini dilakukan karena kecerdasan dan kemampuan intelektual generasi muda dapat didukung melalui kesehatan jasmani dan rohani, yang salah satunya adalah dengan cara menghindarkan generasi muda dari dampak buruk Narkotika.

2. ANALISIS SITUASIONAL



Gambar 1, Peta Lokasi Desa kedensari, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo

Desa Kedensari adalah salah satu desa di Kecamatan Tanggulangin yang mempunyai jarak tempuh \pm 2 Km dari pusat Kecamatan. Sedangkan dari ibu kota Kabupaten Sidoarjo Berjarak \pm 6 Km. Luas wilayah Desa Kedensari yaitu 156.000 km. Adapun batas wilayah Desa Kedensari. Batas wilayah sebelah Utara terdapat Desa Ketegan, Batas wilayah sebelah Selatan terdapat Desa Kalisampurno, Batas wilayah sebelah Barat terdapat Desa Ketegan, Batas wilayah sebelah Timur terdapat Desa Kludan. Kedensari ini terdiri dari tiga dusun, yakni Dusun Wates, Dusun Nggondok serta Dusun Kaweden. Dusun Wates berada di sebelah Utara, sedangkan Dusun Nggondok berada di Tengah dan Dusun Kaweden berada di sebelah Selatan. Dari ketiga dusun tersebut terdapat 25 RT dan 7 RW.

Desa Kedensari merupakan desa yang sudah melakukan pembangunan dengan sangat baik dengan jalan aspal dan rumah dan banyak pertokoan disepanjang jalan sebagai tempat menjual hasil kerajinan kulit. Sebagian besar masyarakat desa Kedensari berprofesi sebagai pengrajin kerajinan kulit dengan kualitas yang bagus. Kerajinan kulit yang diproduksi warga desa Kedensari mulai dari koper, tas, dompet, gantungan kunci dan masih banyak jenis barang yang diproduksi warga desa Kedensari. Melalui perkembangan zaman yang serba digitalisasi ini terjadi perkembangan teknologi dalam hal jual beli. Beberapa tahun kebelakang ini jual beli dilakukan dengan menggunakan e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada dan Tiktok Shop. Hal ini tentu saja sangat penting bagi masyarakat desa Kedensari untuk mengetahui bagaimana cara menggunakan sosial media sebagai digital marketing dalam penjualan produknya. Kondisi perekonomian dalam semua sektor tentu sangat berdampak setelah terjadi wabah virus Covid – 19.

Digital marketing menjadi salah satu media yang menjadi kewajiban untuk digunakan oleh pelaku usaha zaman sekarang karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, para pengusaha saat ini mulai meninggalkan model pemasaran tradisional dan beralih menggunakan pemasaran modern [2]. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada proses transaksi dapat dilakukan dengan mudah dan dapat tersebar secara luas sehingga produk kulit desa Kedensari dapat dikenal banyak orang. Berbagai macam produk fashion dan barang – barang yang digunakan sehari – hari ini dibuat dengan kulit dengan kualitas baik sehingga segala penjelasannya dapat dicantumkan melalui pemasaran internet.

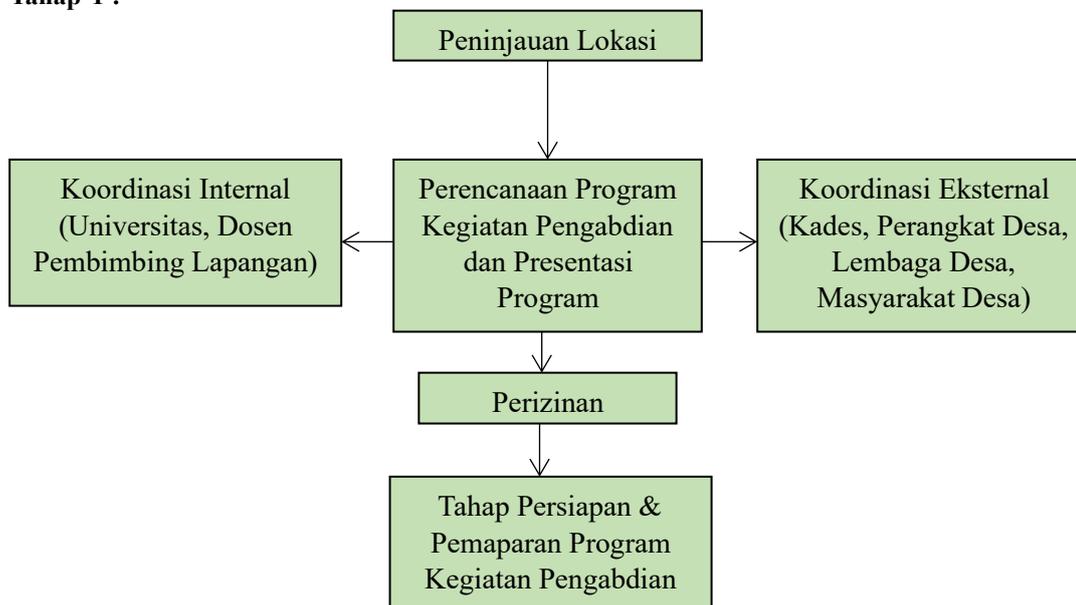
Dari banyaknya pengrajin yang ada di desa Kedensari dan juga sudah adanya banyak toko atau galeri sehingga memungkinkan bahwa desa Kedensari dapat menjadi desa wisata kerajinan kulit dan dapat menjadi icon atau ciri khas bagi Kabupaten Sidoarjo. Selain dapat dipasarkan secara online produk kulit unggulan desa Kedensari juga dapat menjadi produk yang dapat memajukan desa Kedensari dan Kabupaten Sidoarjo. Kemudian untuk menuju harapan tersebut harus didukung dengan adanya langkah – langkah yang dapat meningkatkan kualitas produk kulit desa Kedensari serta kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk.

3. METODE PELAKSANAAN

Dalam melakukan program “Sosialisasi Branding Produk Kulit dan Bahaya Narkotika Guna Memaksimalkan Digital Marketing” di Desa Kedensari, diawali dengan observasi yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana kondisi masyarakat dan lingkungan desa Kedensari secara langsung yang meliputi Struktur Organisasi Desa, Karang Taruna atau kepemudaan, Lembaga Desa atau Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan Pelaku UMKM atau para pengrajin kulit. Setelah dilakukannya observasi dan berkomunikasi bersama perangkat

Desa Kedensari mengenai program – program yang akan dilakukan sehingga mendapatkan persetujuan sehingga dapat melakukan proses pengurusan izin pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata di Desa Kedensari. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terdapat 2 tahap, sebagai berikut :

Tahap 1 :



Tahap II :



Pada Tahap I diawali dengan peninjauan lokasi diselenggarakannya KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma di Desa Kedensari melalui proses observasi dengan mengumpulkan data dan informasi mengenai Koperasi INTAKO, Desa Kedensari, dan UMKM di Desa Kedensari yang digunakan oleh anggota KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma. Observasi dilakukan dengan cara mengamati lingkungan dan keadaan aktual dengan datang ke tempat lokasi pengabdian secara langsung. Selain itu pada Tahap I ini juga dilakukan wawancara dengan pihak eksternal yang dilakukan oleh Ketua, Wakil, divisi acara dan divisi humas yang didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan. Wawancara dilakukan dengan Kepala Desa dan Sekretaris Desa terkait dengan masalah dan kendala yang ada di Desa Kedensari sebagai lokasi pengabdian. Wawancara lanjutan dilakukan oleh seluruh anggota KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma kepada Karang Taruna, UMKM, dan Masyarakat Desa Kedensari

yang bertujuan untuk mengetahui hambatan dan keinginan apa yang ingin dicapai dengan adanya program dari KKN Tematik Universitas Bhayangkara Surabaya Kelompok 028 Mahatma.

Pada Tahap II yakni pelaksanaan program kegiatan pengabdian KKN Tematik Universitas Bhayangkara Surabaya Kelompok 028 Mahatma dilakukan dengan melakukan pembukaan sebagai serah terima Dosen Pembimbing Lapangan terhadap anggota Kelompok 028 Mahatma untuk mengabdikan di Desa Kedensari dengan simbol pemotongan tumpeng dan pemasangan lanyard oleh perwakilan Kepala Desa, yakni Sekretaris Desa, Bapak Yusro. Setelah itu KKN Tematik Gelombang 1 2023/2024 Universitas Bhayangkara Surabaya Kelompok 028 Mahatma resmi dilaksanakan di Desa Kedensari dan mulai dilaksanakannya program pengabdian satu per satu rancangan yang dihadiri oleh warga Desa Kedensari. Hingga setelah semua program sosialisasi terlaksana, dilakukannya penutupan KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma di Taman Budaya dengan penyerahan plakat untuk Desa Kedensari dan studio mini untuk membantu anggota Karang Taruna melakukan foto produk untuk katalog foto di media sosial. Setelah penutupan terjadi evaluasi internal yang dibimbing oleh Dosen Pembimbing Lapangan, Ibu Nur Lailiyatul Inayah, S.E, M.Ak untuk menyimpulkan segenap kekurangan dan kelebihan yang ada selama pelaksanaan program KKN Tematik oleh Kelompok 028 Mahatma.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada jurnal ini dipaparkan bahwa KKN Tematik oleh Kelompok 028 Mahatma memiliki program utama yaitu sosialisasi branding produk kulit dan sosialisasi bahaya Narkotika. Adapun dalam rangkaian kegiatan tersebut pada sosialisasi branding produk diberi pengertian mengenai konsistensi digital marketing yang masih jarang dilakukan oleh UMKM di Desa Kedensari. Selain itu sosialisasi branding produk kulit juga dilakukan secara bertahap dan terbagi pada 2 rangkaian yakni pada rangkaian pertama, sosialisasi dilaksanakan untuk seluruh warga Desa Kedensari agar masyarakat dapat mengetahui bahwa konsistensi dalam strategi digital marketing sangat penting untuk menyampaikan branding yang dibangun. Selain itu pada rangkaian kedua, program KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma berfokus pada pemahaman anggota Karang Taruna Desa Kedensari untuk dapat memahami pentingnya menggunakan strategi digital marketing. Sosialisasi terhadap anggota Karang Taruna Desa Kedensari ini dilakukan secara terpisah agar Kelompok 028 Mahatma dapat mengetahui hambatan dan inovasi digital marketing yang ingin disampaikan oleh anggota Karang Taruna.

Dari program KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma, UMKM dan anggota Karang Taruna Desa Kedensari merasa terbantu dengan adanya sosialisasi dan bantuan studio mini untuk melakukan pengambilan foto katalog secara efektif dengan pencahayaan yang baik dan detail. Dokumentasi mengenai pelaksanaan sosialisasi dapat disaksikan secara lengkap melalui media sosial Kelompok KKN 028 Mahatma melalui Instagram, TikTok, dan YouTube.

Berikut dokumentasi KKN Tematik Gelombang 1 2023/2024 Universitas Bhayangkara Surabaya Kelompok 028 Mahatma :



Gambar 2,3 Peninjauan lokasi KKN di Desa Kedensari dan koordinasi eksternal dengan Kepala Desa dan Perangkat Desa Kedensari di Balai Desa Kedensari



Gambar 4,5 Persiapan Pembuatan Materi Sosialisasi Branding Produk Kulit

Pada gambar 2,3,4, dan 5 anggota Kelompok 028 Mahatma melakukan kegiatan Tahap I yakni survey lokasi, wawancara dengan Perangkat Desa Kedensari, dan menyiapkan materi Sosialisasi Branding Produk Kulit untuk memaksimalkan penggunaan strategi digital marketing di Desa Kedensari.

Survey lokasi dilakukan dengan cara observasi dan wawancara bersama Perangkat Desa untuk mengetahui kondisi nyata yang sedang dialami UMKM di Desa Kedensari. Survey pertama dilakukan oleh Ketua, Wakil, Divisi Acara, dan Divisi Humas untuk mengetahui hambatan dan potensi apa yang dapat dikembangkan di Desa Kedensari. Lalu survey kedua dilaksanakan pada saat Desa Kedensari menyelenggarakan Maulid Nabi. Survey ini dilaksanakan agar anggota KKN Tematik Kelompok 028 dapat mengetahui bagaimana partisipasi warga Desa Kedensari.



Gambar 6,7 Pembukaan KKN di Balai Desa Kedensari yang disambut oleh Pak Yusro (Carik)

Pada gambar 6 dan 7 merupakan kegiatan awal pada Tahap II yakni Pembukaan KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma yang diselenggarakan di Balai Desa Kedensari. Pada kegiatan ini dihadiri oleh Hj. Juli Nurani SH., MH., CiQAR, selaku Ketua Panitia KKN dari LPPM Universitas Bhayangkara Surabaya. Selain itu Kelompok 028 Mahatma juga didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan yakni Ibu Nur Lailiyatul Inayah S.E, M.Ak. perwakilan dari perangkat desa dihadiri oleh Bapak Yusro selaku Sekretaris Desa Kedensari yang menerima anggota Kelompok KKN 028 Mahatma untuk mengabdikan di Desa Kedensari. Kegiatan pembukaan disimbolkan dengan pemotongan tumpeng oleh Ketua Kelompok 028 dan pemasangan lanyard kepada anggota KKN.



Gambar 8,9 Pelaksanaan Sosialisasi Branding Produk Kulit pada Masyarakat Desa Kedensari

Pada gambar 8 dan 9 merupakan pelaksanaan Sosialisasi Branding Produk Kulit yang pertama dengan 2 materi yang dipresentasikan. Materi pertama merupakan Pentingnya Konsistensi Strategi Digital Marketing yang dipresentasikan oleh anggota Kelompok 028 Mahatma. Lalu materi kedua merupakan Cara Menghitung Modal Usaha untuk Memulai Bisnis oleh Bu Nur Lailiyatul Inayah S.E, M.Ak.

Materi pertama yang dipaparkan oleh anggota Kelompok 028 Mahatma merupakan Pentingnya Konsistensi Strategi Digital Marketing yang membahas mengenai Integrated Marketing Communication di mana para pelaku usaha harus mulai sadar betapa pentingnya penerapan konsistensi terhadap 4P, yaitu Product, Price, Place, and Promotion. [3] Biasanya UMKM hanya menginginkan penjualan sebanyak-banyaknya tanpa memikirkan konsistensi 4P, hal ini menjadi hambatan tersampainya branding yang dibentuk oleh UMKM ke target pasarnya.

Selain itu, bisnis UMKM ini sering kali dilakukan tanpa melalui perhitungan yang tepat, sehingga dana bisnis biasanya menggunakan dana pribadi atau hutang bank untuk modal usaha. Sehingga ketepatan balik modal dan laba ini dapat dicapai dengan dilakukannya konsistensi 4P.



Gambar 10,11 Pelaksanaan Sosialisasi Branding Produk Kulit Karang Taruna Desa Kedensari

Pada gambar 10 dan 11 merupakan pelaksanaan Sosialisasi Branding Produk Kulit yang kedua dan difokuskan pada anggota Karang Taruna untuk dapat mengetahui hambatan dan inovasi apa yang ingin dicapai anggota Karang Taruna Desa Kedensari melalui strategi digital marketing.



Gambar 12, 13 Pelaksanaan Sosialisasi Bahaya Narkotika oleh Narasumber dari BNN

Pada gambar 12 dan 13 merupakan pelaksanaan Sosialisasi Bahaya Narkotika yang dijelaskan secara langsung oleh narasumber dari Badan Narkotika Nasional (BNN). Pemaparan pertama dilakukan oleh Ibu Widyawati yang memaparkan mengenai efek buruk narkotika terhadap generasi muda. Sehingga Warga Desa Kedensari dapat menghindari narkotika dan tetap menjadi masyarakat yang produktif guna membangun perekonomian di Desa Kedensari. Pemateri kedua merupakan Bapak Syamsudin yang lebih menekankan kepada bahaya penyalahgunaan narkotika yang dapat menjerat masyarakat secara hukum. Karena pada implementasinya lebih banyak pengguna narkotika yang ditangkap dan diproses secara hukum, sedangkan bandarnya masih bisa bebas menjual narkotika. Hal ini sangat disayangkan namun masyarakat harus bisa menyadari bahwa rehabilitasi yang dapat dijamin Pemerintah merupakan penyerahan diri, bukan pada saat ditangkap dan terbukti menggunakan narkotika baru mengajukan permohonan rehabilitasi. Pemerintah tentu saja memberikan fasilitas terbaik untuk masyarakat yang ingin melakukan rehabilitasi, namun masyarakat juga harus sadar bahwa lebih baik menghindari dari pada harus rehabilitasi dan terisolasi secara sosial dalam waktu yang cukup lama. [4]



Gambar 14,15 Pelaksanaan Sosialisasi Pembuatan Akun E-Commerce dan Praktek Foto Produk

Pada gambar 14 dan 15 merupakan praktek digital marketing kepada anggota Karang Taruna Desa Kedensari. Terdapat 2 tahap yaitu yang pertama pemaparan materi mengenai e-commerce Shopee dan cara membuat akun untuk penjual. Setelah itu pemaparan mengenai teknik foto produk dan praktek foto produk untuk katalog penjual. Pada kegiatan ini Kelompok 028 Mahatma memberikan studio mini untuk anggota Karang Taruna Desa Kedensari sebagai awal memulai strategi digital marketing untuk menjual produk kulit di sosial media dan e-commerce.[5]



Gambar 16,17 Event Hari Pahlawan : Senam Pagi dan Lomba Kekompakan

Pada gambar 16 dan 17 merupakan pelaksanaan Event Hari Pahlawan yang diperingati dengan cara senam dan lomba. Event Hari Pahlawan ini diadakan untuk mengingatkan Warga Desa Kedensari bahwa meskipun zaman sudah modern dan teknologi semakin canggih, namun sebagai Warga Negara Indonesia kita semua seharusnya tidak melupakan jasa para pahlawan yang telah gugur mendahului kita. Senam pagi dilaksanakan untuk menjaga kesehatan jasmani masyarakat, sehingga dapat terus produktif dan membangun ekonomi di Desa Kedensari. Selain itu juga diselenggarakan 2 lomba yakni lomba individu dan lomba kelompok. Lomba individu dengan kategori kostum tema pahlawan terbaik untuk melatih kreativitas dan lomba kelompok untuk melatih kekompakan warga Desa Kedensari agar dapat berkolaborasi juga saat berbisnis.



Gambar 18,19 Penutupan KKN dengan Menyerahkan Cinderamata Berupa Plakat untuk Desa Kedensari dan Studio Mini untuk Karang Taruna Desa Kedensari

Pada gambar 18 dan 19 merupakan pelaksanaan Penutupan KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma yang dihadiri oleh Perangkat Desa dan Warga Desa Kedensari. Gambar 18 adalah potret penyerahan cinderamata berupa plakat diwakili oleh Perwakilan Perangkat Desa dan Kelompok 028 Mahatma didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan. Setelah itu pada gambar 19 terdapat potret Ketua Kelompok 028 juga menyerahkan studio mini kedua kepada perwakilan anggota Karang Taruna Desa Kedensari untuk menunjang kegiatan digital marketing dengan foto produk yang memadai.

5. KESIMPULAN

Pelaksanaan program kegiatan KKN Tematik oleh Kelompok 028 Mahatma di Desa Kedensari, Tanggulangin yang dilaksanakan pada tanggal 25 Oktober 2023-20 November 2023 merupakan kegiatan hasil kolaborasi dari LPPM UBHARA Surabaya, Dosen Pembimbing Lapangan, Koordinator Desa, anggota KKN, serta partisipasi dari Masyarakat Desa Kedensari. Dari program sosialisasi yang telah dilaksanakan oleh KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Seluruh program KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma dapat terlaksana sesuai rancangan meskipun terdapat perpindahan jadwal karena harus menyesuaikan dengan kegiatan desa. Kesuksesan realisasi pelaksanaan program pengabdian ini tidak terlepas dari kerja sama koordinasi antara pihak pelaksana KKN dengan partisipasi warga Desa Kedensari.
- b. Kesuksesan pelaksanaan program KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma dapat diukur dari antusiasme warga Desa Kedensari saat menghadiri acara Penutupan KKN serta pemanfaatan cinderamata berupa studio mini yang digunakan untuk foto katalog oleh Anggota Karang Taruna Desa Kedensari. Selain itu Warga Desa Kedensari saat ini menjadi lebih sadar terhadap mindset konsistensi pada penerapan strategi digital marketing untuk keberhasilan pemasaran produknya dari pada mindset sebelumnya yang hanya mementingkan jumlah penjualan saja tanpa memperhatikan branding.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian KKN Tematik Universitas Bhayangkara tahun 2023 oleh Kelompok 028 Mahatma dapat terselenggara berkat dukungan dari pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Bhayangkara Surabaya, Hj. Juli Nuraini SH.,MH.,CiQAR sebagai Kepala bagian Kemasyarakatan LPPM UBHARA SURABAYA, Ibu Nur Lailiyatul Inayah, S.E, M.Ak. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), Bapak Mustakim selaku Kepala Desa Kedensari, seluruh Perangkat Desa Kedensari, dan masyarakat Desa Kedensari yang telah berpartisipasi dalam kegiatan sosialisasi yang kami selenggarakan. Selain itu, tidak lupa pula ucapan terima kasih kepada anggota KKN Tematik Kelompok 028 Mahatma yang terdiri dari:

- | | |
|-------------------------|------------------|
| 1. Ilham Bima Saputra | FISIP/2113221072 |
| 2. Yurike Wiske Leonita | FISIP/2113221020 |
| 3. Rindiani Puspitasari | FISIP/2113221021 |
| 4. Chykha Chykhita F | FISIP/2113221062 |
| 5. Zahira Fitrah Arvi | FE/2112111033 |
| 6. Annisya Aprilia Noor | FISIP/2113221003 |
| 7. Devi Setiawati | FISIP/2113221024 |
| 8. M. Zaid Thorif | FH/2111121035 |
| 9. Bimantara Agung | FH/2111121055 |
| 10. Laeli Romandhoni | FE/2112111006 |

11. Suci Angeliqa Megan Riftia	FE/2112111039
12. Rayhan Aji Syahputra	FISIP/2113221017
13. Diana Dewi Rachmawati	FE/2112111012
14. Sakti Utama A.S	FH/2111121053
15. Bramantyo Haedar Hugo	FH/2111121056

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Andriani and N. D. B. Tamami, "Analisis Kinerja Koperasi Intako Di Desa Kedensari Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo," *Agriscience*, vol. 1, no. 2, pp. 396–409, 2020, doi: 10.21107/agriscience.v1i2.8045.
- [2] H. F. Mavilinda, A. Nazaruddin, N. Nofiawaty, and L. D. Siregar, "Menjadi 'UMKM Unggul' Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal," *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, vol. 2, no. 1, pp. 17–28, 2021, doi: 10.29259/jscs.v2i1.29.
- [3] E. Hendrayani *et al.*, "Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P," *Manajemen Pemasaran: Dasar dan Konsep*, no. June, p. 126, 2021.
- [4] R. H. Adnan, R. D. Adityo, and Machmudi, "Jurnal Abdi Bhayangkara UBHARA Surabaya," vol. 03, no. 1, pp. 162–168, 2020.
- [5] M. Stiadi, D. Herlinudinkhaji, Y. D. P. Ariyanti, and N. Erwanti, "Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Pelaku Umkm," *Bakti Banua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 8–11, 2021, doi: 10.35130/bbjm.v2i1.212.