



Digital Marketing, Packacing dan Branding Hasil Pertanian Desa Karangtawar Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan

Digital Marketing, Packaging and Branding of Agricultural Products in Karangtawar Village, Laren District, Lamongan Regency

Eny Latifah^{1*}, Diva Ayu Pramiswari², Aicha Widia Dzilfachriah³, Arina Faridatul Mahmudah⁴, Alya Khoioni Muhibbah⁵, Saibatul Fauziyah⁶, Suhailah⁷

¹⁻⁷Institusi Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia

*Korespondensi penulis: enilathifah@iai-tabah.ac.id

Article History:

Received: 07 Agustus 2024

Revised: 25 Agustus 2024

Accepted: 18 September 2024

Published: 21 September 2024

Keywords: *Digital Marketing, Packaging, Branding, Agriculture.*

Abstract: *This Community Service aims to provide assistance to the people of Karangtawar Village, especially farmers, by providing training in digital marketing, packaging and branding of existing agricultural products. The method used is Participatory Action Research (PAR) where in our actions we involve the community so that solutions to existing problems can be identified. The results of Community Service are Digital Marketing training in the form of: Creating Social Media Facebook, Instagram and e-Commerce Platforms such as Shopee, Lazada. Packaging takes the form of: product packaging that is more attractive than before in order to increase sales results and people's income. Branding takes the form of: creating a brand logo for agricultural products using the CANVA application to be implemented in Karangtawar Village, Laren District, Lamongan Regency.*

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki Tujuan untuk memberikan dampingan kepada masyarakat Desa Karangtawar khususnya Para Petani dengan memberikan Pelatihan dalam digital marketing, Packacing dan Branding dari hasil pertanian yang ada. Metode yang dipergunakan adalah Participatory Action Research (PAR) dimana dalam aksi kita melibatkan masyarakat sehingga dapat diketahui solusi atas permasalahan yang ada. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat adalah Digital Marketing yang dilatih berupa: Pembuatan Media Sosial Facebook, Instagram dan Platform e-Comerce seperti Shopee, Lazada. Packacing berupa: kemasan produk yang lebih menarik dari sebelumnya dalam rangka meningkatkan hasil jual dan pendapatan masyarakat. Branding berupa : pembuatan logo brand hasil pertanian dengan menggunakan aplikasi CANVA untuk diterapkan di Desa Karangtawar Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Packacing, Branding, Pertanian.*

1. PENDAHULUAN

Upaya seseorang, kelompok atau komunitas agar berdaya baik dengan cara pemberian pelatihan adalah upaya membuat seseorang, kelompok atau komunitas agar berdaya baik dengan cara pemberian kemampuan dan peningkatan kemampuan terhadap masalah yang dihadapi (Petter,1991).

Menurut Ginanjar Kartasasmita, pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya(Ginanjar, 1996).Pasca pandemi merupakan masa pembenahan dan peningkatan kembali dalam berbagai sektor perekonomian dalam rangka menciptakan ekonomi yang stabil dan strategis. Dampak signifikan sangat dirasa para pelaku petani dalam segi penjualan hasil pertanian yang ada. Dalam bisnis perlu adanya strategi yang tepat dalam penyesuaian era revolusi 5.0 yang serba digitalisasi. Perlu kecepatan dan ketrampilan dalam segi penguasaan teknologi dalam proses pemasaran suatu produk dalam kemasan digital marketing (Latifah et al., 2020).

Digital merketing adalah media pemasaran yang sering menggunakan akses internet untuk pemanfaatan social media atau perangkat digital lainnya. Kegiatan yang sering dilakukan dalam digital marketing adalah promosi atau pemasaran yang dilakukan secara daring(Latifah, 2021).

Secara administratif, Desa Karangtawar terletak di wilayah Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan dengan batas wilayah Sebelah utara adalah desa Payaman kecamatan Solokuro. Batas wilayah Sebelah timur ada desa Godog kecamatan Laren. Sedangkan untuk batas wilayah Sebelah selatan ada desa Tejo Asri kecamatan Laren. Dan batas Sebelah barat adalah desa taman Prijek lor kecamatan Laren.

Desa karangtawar mata pencarian penduduk Desa Bulangan bergerak dibidang pertanian. Permasalahan yang sering muncul berkaitan dengan mata pencaharian penduduk adalah terbatasnya lapangan pekerjaan yang sesuai dengan tingkat perkembangan penduduk sebagaimana tertuang dalam perencanaan pembangunan daerah Kabupaten Lamongan. Hal lain yang perlu diperhatikan dalam pembangunan desa adalah melakukan usaha perluasan kesempatan kerja dengan melakukan penguatan modal dan fasilitasi sebagai modal untuk pengembangan usaha khususnya di ekonomi produktif.

Desa Karangtawar merupakan Desa yang memiliki permasalahan atas pengelolaan dan pemasaran untuk produk hasil pertanian yang ada. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan Bapak Dayat selaku Biro Pertanian Desa bahwa unit perekonomian Desa dengan menyentuh aspek pertanian dengan hasil komoditasnya seperti padi, cabe, bawang merah dan singkong sudah diupayakan untuk bisa dikelola dan dipasarkan secara maksimal, namun terdapat keterbatasan Sumber Daya Manusia khusus dalam skill pengelolaan dan pemasaran dari produk hasil pertanian yang ada.

Peningkatan penjualan bagi masyarakat Desa tidak bisa dilakukan secara mandiri, tetapi perlu adanya pendampingan dari berbagai pihak yaitu pemerintah Desa, Akademisi, Influencer(Latifah et al., 2023). Beberapa pendampingan dalam rangka menciptakan strategi marketing yang ada menunjukkan hasil diantaranya penciptaan brand, tautan Google My Business, (Bobsaid & Saputro, 2022) pembukaan platform sosial media(Novianti et al., 2021) membuat media pemasaran secara online melalui aplikasi Marketplace di Facebook, Shopee, Bukalapak, dan WhatsApp(Maydiantoro et al., 2021), memberikan edukasi tentang teknologi digital marketing untuk bisa bersaing dengan pasar dan bersaing dengan produk(Mahesti & Faristiana, 2021).

Berangkat dari keresahan masyarakat yang ada serta analisis yang kami temukan dari penelitian terdahulu. Kami sebagai akademisi mencoba memberikan sebuah edukasi bagi masyarakat pentingnya branding, pengemasan yang menarik, memaksimalkan media sosial, memiliki akun marketplace digital serta memiliki patner bisnis di era digital ini. Dari sekian solusi yang ada perlu adanya pendampingan khusus bagi petani Desa Karangtawar guna meningkatkan penjualan dan memaksimalkan pemasaran produk hasil pertanian yang telah dikelola untuk lebih menarik dalam pengemasan, pembuatan brand (logo produk) dan pemasaran digital melalui E-commerce yang ada.

Tujuan pendampingan masyarakat yang ada adalah (1) untuk memberikan Edukasi melalui seminar atas pengenalan packaging dan branding; (2) Untuk memberikan pelatihan untuk pembuatan merk produk dan pengemasan produk; (3) Untuk memberikan Pelatihan membuat akun market place seperti shoppe, lazada, bukalapak; (4) Untuk mendampingi msasyarakat dalam memaksimalkan media sosial seperti whatshapp, Instragram, Telegram, Tiktok untuk promosi marketing digital , (5) Untuk menemukan Patner Bisnis dengan Menjalin

2. METODE

Metode pengabdian masyarakat yang dipergunakan adalah Participatory Action Research (PAR) adalah metode pengabdian masyarakat yang sering digunakan untuk memberikan pembelajaran dalam mengatasi suatu permasalahan serta adanya praktis kepada masyarakat agar mampu memproduksi ilmu pengetahuan (Amalia & Ratnawati, 2017).

Dalam penelitian menggunakan metode PAR bertujuan (1) untuk membangun kesadaran masyarakat atau memberdayakan masyarakat melalui pendidikan kritis dengan berdialog, diskusi publik, dan mengarah pada pembelajaran orang dewasa; (2) untuk mengubah cara pandang penelitian menjadi sebuah proses partisipasi aktif; dan (3) membawa pada perubahan nilai sosial (Ridho, 2020).

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan pendekatan Participatory Action Research (PAR) memiliki prinsip kerja yang berorientasi pemberdayaan. Dalam pemberdayaan paling tidak harus mengupayakan tiga dimensi, yaitu: (1) pemenuhan kebutuhan dan penyelesaian masalah praktis, (2) pengembangan ilmu pengetahuan dan keberagaman masyarakat, dan (3) proses perubahan sosial keberagaman. Dengan demikian maka masyarakat adalah agen utama perubahan sosial keagamaan, sehingga dosen/mahasiswa pelaksana PKM merupakan pihak lain yang melakukan fasilitasi dari proses perubahan tersebut. Oleh sebab itu, dosen/mahasiswa harus menghormati peran utama masyarakat. Dosen/mahasiswa dan masyarakat harus saling bahu membahu secara partisipatif untuk melakukan perubahan sosial (Putri & Radiman, 2022).

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Karangtawar dalam rangka memberikan dampingan langsung para petani yang memiliki produk pertanian yang diolah dan dikemas dengan sederhana untuk dapat meningkatkan penjualan sehingga perlu adanya pendampingan dengan menggunakan Participatory Action Research (PAR) karena membutuhkan fokus pembenahan, pergerakan dan evaluasi dalam pelaksanaannya. Sebelum melakukan aksi harus terlebih dahulu mengetahui tahapan-tahapan yang akan dilakui. Tahapan dalam pengabdian masyarakat dengan metode PAR di dalam pendampingan Digital marketing Produk Hasil pertanian yaitu: (1) Riset pendahuluan, (2) Inkulturasi, (3) Pengorganisasian masyarakat untuk agenda riset, (4) Perencanaan Tindakan Aksi untuk Perubahan Sosial, (5) Aksi dan (6) Evaluasi. (Latifah, 2023).

3. HASIL

Sejarah Singkat Desa Karangtawar

Desa Karangtawar yang sebelumnya dikenal dengan nama “Karanglo”, memiliki sejarah panjang yang dipenuhi oleh tantangan alam. Pada awalnya, karanglo adalah sebuah desa yang makmur dengan kehidupan masyarakat yang tenang dan aktivitas pertanian yang subur. Desa ini terletak di dataran rendah dekat aliran sungai yang pada awalnya memberikan manfaat besar bagi penduduknya. Sungai tersebut menyediakan sumber air yang melimpah untuk pertanian dan kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Namun, seiring berjalannya waktu, lokasi geografis karanglo yang berada di dataran rendah justru menjadi sumber malapetaka. Desa ini mulai mengalami bencana alam yang datang berulang kali, terutama banjir. Curah hujan yang tinggi seringkali membuat sungai meluap, menyebabkan banjir besar yang merusak rumah-rumah penduduk, lahan pertanian, dan infrastruktur desa. Banjir ini tidak hanya mengganggu kehidupan sehari-hari, tetapi juga menimbulkan kerugian besar bagi ekonomi desa.

Seringnya bencana banjir yang melanda desa ini menyebabkan masyarakat merasa bahwa nama “karanglo” tidak lagi memberikan perlindungan dan keberuntungan seperti yang mereka harapkan. Oleh karena itu, para sesepuh dan tokoh masyarakat setempat memutuskan untuk mengubah nama desa menjadi karangtawar dengan harapan bahwa perubahan nama ini akan mengusir nasib buruk dan membawa kesejahteraan bagi penduduk. Nama “karangtawar” dipilih dengan harapan agar desa ini bisa mendapatkan ketenangan dan kestabilan, seperti air yang tawar dan menenangkan.

Meskipun telah mengubah nama, desa karangtawar tetap waspada terhadap kemungkinan bencana alam. Masyarakat desa bekerja sama dalam memperbaiki sistem irigasi dan membangun tanggul untuk mencegah banjir. Perubahan nama ini menjadi simbol semangat baru bagi penduduk karangtawar untuk terus bertahan dan beradaptasi dengan tantangan alam yang ada.

Keadaan Sosial Desa Karangtawar

1) Kependudukan

Laju pertumbuhan penduduk desa Karangtawar pada kurun tiga tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah penduduk

No.	Tahun	Jenis Kelamin		Jumlah
1	2020	862	818	1680
2	2021	862	824	1.686
3	2022	848	852	1700

Jumlah kepala keluarga desa Karangtawar pada tahun 2020 berjumlah 1.670 KK, tahun 2021 berjumlah 1.700 KK, sedangkan pada tahun 2022 berjumlah 1.700 KK, jumlah kepala keluarga kurun waktu tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Jumlah Rumah tangga/KK

No.	Tahun	Jumlah Rumah tangga/KK
1	2020	1670
2	2021	1700
3	2022	1700

Sebaran jumlah kepala keluarga desa Karangtawar pada tahun 2022 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Jumlah Rumah Tangga/KK, Kepadatan/km² dan sex rasio tahun 2022

No.	Nama Dusun	Jumlah Rumah Tangga/ KK
1	Karangtawar	338
2	Singkul	87

2) Kesehatan

Tenaga kesehatan yang ada di desa Karangtawar dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Tenaga Kesehatan Tahun 2022

No.	Jumlah	Keterangan
1	0 orang	Pasif
2	0 orang	Pasif
3	13 orang	Aktif
4	6 orang	Aktif
5	2 orang	Aktif

Adapun fasilitas kesehatan yang ada di desa Karangtawar dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Fasilitas Kesehatan

No.	Fasilitas Kesehatan	Jumlah	Keterangan
1	Rumah sakit	0	-
2	Puskesmas	0	-
3	Klinik	2	Swasta
4	Praktik Bidan	3	Mandiri
5	Posyandu	2	Swasta
6	Apotek	0	-

3) Pendidikan

Data pendidikan desa Karangtawar mulai dari jumlah guru, murid, jumlah sekolah, lulusan dan sarana pendidikan sebagaimana dalam tabel di bawah ini:

Tabel 6. Tingkat Pendidikan Penduduk

No.	Tingkat pendidikan	Jumlah
1	Tidak tamat sekolah	33
2	SD/ sederajat	16
3	SMP/ sederajat	49
4	SMA/ sederajat	88
5	D1	23
6	D2	16
7	D3	44
8	S1	108
9	S2	12
10	S3	2
Jumlah		491

Tabel 7 Data Guru dan Murid Pada Jenjang Pendidikan PAUD-SMA (Formal dan Non Formal)

No.	Uraian	PAUD	SD	SMP	SMA	Jumlah
1	Guru	16	35	-	-	51
2	Murid	86	236	-	-	322

Tabel 8. Jumlah Lulusan Sekolah Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No.	Uraian	Jumlah
1	Tidak tamat sekolah	33
2	SD/ sederajat	16
3	SMP/ sederajat	49
4	SMA/ sederajat	88
5	Perguruan Tinggi	405

Tabel 9. Jumlah Sarana Pendidikan

No.	Uraian	Jumlah
1	Pondok Pesantren	1
2	Madrasah Diniyah	3
3	PAUD/TK	4
4	SD/ sederajat	3
5	SMP/ sederajat	0

4) Kesejahteraan Sosial

Masalah kesejahteraan sosial Desa Karangtawar didominasi oleh masalah keluarga miskin. Hal ini merupakan pekerjaan rumah bagi seluruh komponen masyarakat untuk mengentaskan kemiskinan tersebut. Data masalah kesejahteraan sosial, dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 10. Kondisi penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS)

No.	Uraian	Jumlah
1	Anak terlantar	0
2	Anak nakal	0
3	Anak balita terlantar	0
4	Anak jalanan	0
5	Lansia terlantar	0
6	Pengemis	0
7	Gelandangan	0
8	Korban NAPZA	0
9	Pekerja Sek Komersial (PSK)	0
10	Eks narapidana	0
11	Penyandang cacat (Disabilitas)	5
12	Keluarga miskin sosial	2
13	Keluarga bermasalah sosial psikologis	0
14	Keluarga rumahnya tidak layak huni	0
15	Wanita rawan sosial ekonomi	0
16	Pemulung	0
17	Janda PKRI	0
18	Korban bencana alam	0
19	Masyarakat yang tinggal di daerah bencana alam	0
20	Komunitas adat terpencil	0

5) Ketenagakerjaan

Di Desa Karangtawar lapangan pekerjaan tersedia cukup, karena Desa Karangtawar merupakan desa yang berkembang, Masalah ketenagakerjaan yang muncul, yaitu banyak pemuda yang menginginkan jenis pekerjaan yang lain, sehingga banyak calon pekerja yang mencari kesibukan di bidang lain. Semakin berkurangnya bahan baku juga mengakibatkan hasil produksi industri menurun setiap tahunnya. Sehingga banyak sektor industri mengurangi jumlah pekerja. Jumlah tenaga kerja kami tabelkan sebagai berikut:

Tabel 11. Jumlah Tenaga Kerja Desa Karangtawar Tahun 2022

No.	Uraian	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Jumlah pencari kerja	10	14	24
2	Yang bekerja	315	328	613
3	Belum bekerja	63	86	149
Jumlah		388	428	816

6) Pemuda dan Olahraga

Pemuda desa Karangtawar cukup aktif dalam bidang keolahragaan yang ditunjukkan dengan munculnya potensi atlet di beberapa cabang olahraga. Data klub olah raga dan sarana lainnya kami tabelkan di bawah ini:

Tabel 12. Data sarana dan prasarana olah raga

No.	Sarana Olah Raga	Jumlah	Keterangan
1	Gedung olahraga	0	-
2	Lapangan bola voli	4	Aktif
3	Lapangan sepak bola	2	Aktif
4	Lapangan tenis meja	4	-
5	Lapangan sepak takraw	0	-

7) Kebudayaan

Data kelompok budaya dan seni di Desa Karangtawar sebagaimana tabel berikut:

Tabel 13. Data kelompok budaya dan seni

No.	Jenis	Jumlah	Keterangan
1	Hadrah	1	Aktif
2	Qasidah rebana	1	Aktif
3	Dangdut	0	Aktif
4	Organ tunggal	0	Aktif

8) Tempat Peribadatan

Penduduk Desa Karangtawar menganut agama Islam dan Katolik. Adapun tempat peribadatannya sebagaimana tabel berikut:

Tabel 14. Data sarana peribadatan

No.	Jenis	Jumlah	Keterangan
1	Masjid Al-Amin	1	Aktif
2	Musalla	4	Aktif
3	Gereja	0	-
4	Pura	0	-
5	Wihara	0	-

9) Struktural Pemerintah Desa Karangtawar

Berikut adalah nama kepala Desa Karangtawar dari tahun 1890 – Sekarang:

- a. RAIB 1809 sampai dengan 1900
- b. RAJAB 1900 sampai dengan 1925
- c. KASTIMAN 1925 sampai dengan 1988

- d. ATKAN 1988 sampai dengan 1990
- e. MOCH. ICHSAN 1990 sampai dengan 1999
- f. MUNTONO 1999 sampai dengan 2006
- g. NUR KHOLIQ 2006 sampai dengan 2013
- h. MA'SUM (Pj) 2013 sampai dengan 2014
- i. MUNTONO (Pj) 2014 sampai dengan 2015
- j. ABDUL JALAL (Pj) 2015 sampai dengan 2015
- k. WIDJI (Pj) 2015 sampai dengan 2016
- l. MUNTONO 2016 sampai dengan 2022
- m. NUR KHOLIQ 2022 sampai dengan sekarang

Secara struktural pemerintah Desa untuk periode 2022- 2027 dapat dilihat dari gambar struktur organisasi pemerintah desa dibawah ini:



Gambar 1. Struktur Organisasi Pemerintah Desa Karangtawar

4. DISKUSI

Digital Marketing, Packacing dan Branding Hasil Pertanian Desa Karangtawar Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan

Tahapan dalam pengabdian masyarakat dengan metode PAR di dalam pendampingan Digital marketing, Packacing, dan Branding dari Produk Hasil pertanian Desa Karangtawar yaitu:

1) Riset pendahuluan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan melakukan observasi terlebih dahulu. Fase ini penting dilakukan untuk mendapatkan gambaran awal atas kondisi Desa dan lingkungan yang dapat dilihat secara langsung. Selanjutnya yaitu mengetahui lebih awal permasalahan Desa dari para aparatur Desa yang ada.



Gambar 2. Observasi yang dilakukan Tim ke Pemerintah Desa Karangtawar

Hasil dari observasi adalah pemerintah Desa sangatlah menjunjung tinggi kedamaian warganya khususnya atas perbedaan organisasi besar yang ada di masyarakat agar tetap hidup rukun dan bersatu. Masyarakat Desa banyak yang mencari pekerjaan di Negara Malaysia sebagai Tenaga Kerja Indonesia (TKI). Penduduk mayoritas sebagai petani dengan memanfaatkan lahan pertanian dan pekarangan depan rumah untuk ditanam sebagai bahan mencukupi kebutuhan dan untuk dijual kepada pemasok hasil pertanian.

2) Inkulturasi

Pada tahap ini dilakukan inkulturasi baik secara formal maupun informal. Inkulturasi formal dilakukan terhadap pihak aparatur Desa seperti Kepala Desa, Pamong Desa, kaur-kaur lainnya yang menjabat di Desa Karangtawar. Sedangkan akulturasi non-formal dilakukan dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat secara langsung untuk mengetahui keresahan dan permasalahan apa yang sekiranya dapat diselesaikan secara

partisipatif. Hal ini dilakukan dalam rangka Tim mendapatkan akses atau izin dalam mengali permasalahan serta berkolaborasi dengan melakukan partisipasi dalam penyelesaian masalah utama yang ada di Desa.

3) Pengorganisasian masyarakat untuk agenda riset

Pengorganisasian masyarakat yang ada di Desa karangtawar tergolong kompleks, Baik organisasi untuk pemuda seperti karangtaruna, organisasi untuk ibu-ibu rumah tangga seperti PKK, Tempat pendidikan dari PIAUD,TK, dan MI/Sederajat. Terdapat juga dua (2) organisasi kemasyarakatan besar seperti NU dan Muhammadiyah yang menjalankan program kerja dengan penuh kebersamaan tanpa melihat perbedaan.

Selain organisasi yang memprioritaskan kegiatan warga dalam bersosialisasi, pendidikan dan keagamaan, pemerintah Desa juga sangat memperhatikan komunitas petani dan perekonomian warga. Meski perekonomian yang ada belum secara optimal dijalankan secara universal dalam arti terdapat keterbatasan karena akses Pasar tidak berjalan. Dan pengelolaan hasil pertanian yang minim dengan keterbatasan skill sumber daya masyarakat yang ada.

4) Perencanaan Tindakan Aksi untuk Perubahan Sosial

Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan seperti tidak aktifnya pasar Desa, hasil pertanian belum dikelola dan dikemas secara menarik sehingga harga jual masih rendah. Tim yang terdiri dari: Ketua (Eny Latifah), Anggota (Diva, Aicha, Alya, Suhailah, Arin, dan Ziah) membuat perencanaan dengan melakukan program dampingan melalui kegiatan pelatihan digital marketing, packacing dan branding dari hasil pertanian.

Tujuan atas perencanaan tindakan aksi adalah untuk memberikan sekaligus mempraktekkan pembuatan digital marketing, packacing dan branding bagi para petani dalam pengelolaan hasil pertanian. Tujuan lainnya adalah masyarakat dapat meningkatkan pendapatan dari hasil yang dilakukan baik itu luasnya pangsa pasar melewati pasar digital karena jumlah konsumen yang bertambah, Packacing dan branding yang membuat penampilan lebih menarik sehingga memungkinkan dalam peningkatan harga jual sehingga pendapat meningkat.

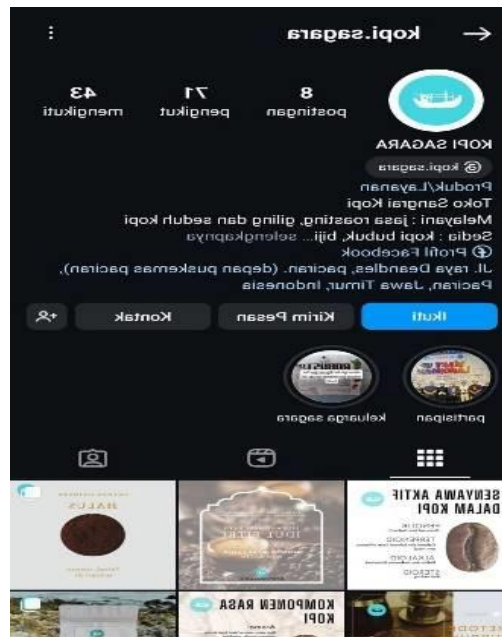
5) Aksi

Dalam pelaksanaan aksi ada beberapa tahapan yang dilakukan:

- a. Persiapan
- b. Pemberian Materi terkait Digital Marketing, Packacing dan Branding
- c. Hasil pelatihan

Berikut adalah hasil dari pelatihan

Digital Marketing : Sudah memiliki akun medsos yang menampilkan promosi produk masyarakat Desa Karang Tawar dari hasil pertanian.



Gambar 3. Akun Instagram Kopi sahara:

<https://www.instagram.com/kopi.sagara?igsh=dTIzdZdrNG84cWxu>



Gambar 4 Akun Facebook Kopi Sahara:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61550973867312&mibextid=ZbWKwL>



Gambar 5. Akun Facebook Peyek Bu Yayuk :

<https://www.facebook.com/profile.php?id=61563878116487&mibextid=ZbWKwL>





Branding : Menetapkan Logo brand hasil pertanian desa karangtawar yang dipilih oleh masyarakat berdasarkan musyawarah bersama.











Gambar 6. Brand Komoditas Pertanian Desa Karangtawar

Packaging : Pengemasan produk pertanian kini lebih menarik dengan kemasan yang lebih sesuai dengan hasil produk yang dihasilkan sehingga kemasannya lebih memikat para konsumen.

Tabel 15. Data nama produk sebelum dan sesudah yang berpackaging

	Nama Produk	Packaging Sebelum	Packaging Setelah
1.	Kopi (Bu Dyan)		
2.	Asman Toga (Bu Endang)		

3.	Sambal (Bu Endang)		
4.	Cabai (Bu Nailil)		
5.	Jagung (Bu Yusnia)		
6.	Kacang Tanah (Bu Yayuk)		

7.	Jeruk Nipis (Bu Novi)		
----	--------------------------	---	---

d. RTL

Pelatihan menghasilkan beberapa klasifikasi tersebut berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung terhadap masyarakat yang hadir pada kegiatan aksi tersebut.



Gambar 7. RTL Produk Sambal

Adapun hasil dokumentasi dari dampungan pelatihan digital marketing, packaging dan branding yang dapat membantu bu Endang dalam membrandingkan produknya yang awalnya beliau sudah memiliki produk sambal dengan packaging menarik akan tetapi belum memiliki logo (brand), sehingga kini memiliki desain logo produk yang lebih menarik perhatian konsumen.



Gambar 8. RTL Produk Peyek

Hasil dampingan pelatihan digital marketing, packaging, dan branding. Bu Yayuk adalah seorang pelaku UMKM di Desa Karangtawar yang memiliki produk berupa Rempeyek. Dimana produk tersebut berupa hasil komoditas pertanian dari Desa Karangtawar berupa Kacang tanah. Bu Yayuk sudah memiliki produk dengan packaging yang menarik serta logo (brand) yang sudah dikenal masyarakat Desa. Akan tetapi, produk tersebut belum di pasarkan di pasar digital karena keterbatasan pengetahuan teknologi. Jadi Bu Yayuk hanya memasarkan lewat story Whatsap atau dikenal dari mulut ke mulut warga setempat saja. Dengan ini Tim KKN melakukan tindak lanjut berupa pembuatan akun sosial media berupa facebook untuk memperluas pasar digital dari produk yang dimiliki.



Gambar 9. RTL Produk Sabun Cuci

Dari gambar diatas merupakan hasil dokumentasi dari dampingan pelatihan digital marketing, packaging dan branding. Bu Novi adalah pelaku usaha di Desa Karangtawar yang memiliki produk berupa sabun cuci piring yang bahan utamanya adalah jeruk nipis. Dimana produk yang dimiliki adalah hasil olahan dari komoditas pertanian yang dimiliki di Desa Karangtawar. Bu Novi sudah memiliki packaging dan logo (Brand) yang menarik, tetapi belum memiliki akun sosial media untuk memasarkan produk yang dimiliki.



Gambar 10. RTL produk Kopi

Dari gambar diatas merupakan hasil dokumentasi dari dampingan pelatihan digital marketing, packaging dan branding. Bu dyana adalah pelaku usaha di Desa Karangtawar yang memiliki produk berupa kopi bubuk yang bahan utamanya adalah kopi. Bu Dyna sudah memiliki packaging maupun branding yang menarik di pasaran, Bu dyna juga memiliki toko kopi di daerah pantura yang sudah ramai pengunjung, usaha Bu Dyna ini di kelola bersama dengan suaminya.

6) Evaluasi

Dalam kegiatan dampingan melalui pelatihan digital marketing, packacing dan branding atas hasil pertanian yang ada di Desa Karangtawar ada beberapa evaluasi yang dapat diketahui yaitu peserta pelatihan masing minim yakni 63 orang saja, produk yang dihasilnya masih minim sehingga perlu evaluasi persiapan yang lebih lama.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perencanaan program aksi yang kami lakukan, bahwa Dampingan pelatihan digital marketing, packaging dan branding hasil komoditas pertanian desa karangtawar membuat para masyarakat dapat mengetahui pentingnya digital marketing, packaging dan branding untuk di implementasikan pada produk mereka. Digital marketing, packaging dan branding yang mana akan di terapkan di setiap produk yang dimiliki oleh masyarakat desa karangtawar dengan tindak lanjut membuat brand untuk setiap produknya dan membuat akun media sosial untuk memasarkan produknya.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih atau pengakuan kepada pihak-pihak (perseorangan atau institusi) yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat yaitu pemerintah dan masyarakat Desa Karangtawar, Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah yang memberikan kesempatan dan ruang untuk pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, U., & Ratnawati, D. (2017). Metode PAR sebagai indikator peningkatan peran masyarakat terhadap pengelolaan limbah plastik dusun Paten Tridadi Sleman Yogyakarta. *Bagimu Negeri: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 57–62.
- Bobsaid, A. A., & Saputro, E. A. (2022). Pendampingan strategi pemasaran UMKM Desa Giripurno melalui digital marketing. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 8(2), 57–61.
- Latifah, E. (2023). Dampingan literasi keuangan syariah bagi lembaga keuangan mikro syariah di Desa Paciran Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(1), 273–279.
- Latifah, E., Suroso, S., Martiwi, W. A., Mu'minah, R. U., Ningsih, F. W., Fadlilah, E. S., Lestari, D. A., Salsabila, W. S., Al Hashin, M. H., & Nurah, N. (2023). Pendampingan strategi marketing di era digital bagi usaha mikro kecil menengah masyarakat Desa Bulangan Gresik. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 321–331.
- Mahesti, D., & Faristiana, A. R. (2021). Pendampingan penerapan digital marketing sebagai strategi marketing pada UMKM Bakpao Ijo Lumer. *Sarwahita*, 18(2), 157–171.

- Maydiantoro, A., Jaya, M., Hestiningtyas, W., & Rahmawati, R. (2021). Pendampingan UMKM menuju digitalisasi marketing: Upaya kebangkitan di era new normal. *J. Kreat. Pengabd. Kpd. Masy*, 4(6), 1530–1539.
- Novianti, K. R., Roz, K., & Sa'diyah, C. (2021). Pendampingan digital marketing sebagai strategi pemasaran usaha budidaya lele. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*, 4(2), 187–193.
- Putri, S., & Radiman, R. (2022). Peluang dan tantangan financial technology (fintech) dalam sistem pembayaran berbasis QRIS pada UMKM di Kecamatan Medan Kota. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 148–159.
- Ridho, M. Z. (2020). Signifikansi metode (PAR) dalam pemberdayaan ekonomi umat (BAZDA Kabupaten Serang). *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 13(1), 1–13.