



Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA



PROBOLINGGO
KKN T-63
UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan modul luaran Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik MBKM Kelompok 63 dengan lancar. Tanpa pertolongan-Nya penulis tidak akan sanggup untuk menyelesaikan proposal ini dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah membawa peradaban baru dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benerang ini. Karena beliau adalah satu-satunya Nabi pembawa syafaat dan suri tauladan paling sempurna bagi seluruh umat manusia, Modul luaran KKNT MBKM ini disusun sesuai dengan arahan yang telah diberikan oleh Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan penempatan lokasi yang berada di Desa Sumberbendo, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo.

Modul Luarannya Kuliah Kerja Nyata ini dapat terlaksana dengan baik dikarenakan bantuan, bimbingan, kerjasama, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih penyusun sampaikan kepada pihak yang telah membantu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata, yaitu:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,
2. Dr. Ir. Rossyda Priyadarshini, M.P. selaku Ketua LPPM,
3. Calvin Edo Wahyudi, S.Sos., M.KP selaku Dosen Pembimbing Lapangan UPN “Veteran” Jawa Timur,
4. Dr. Z. Abidin Achmad, M.Si., M.Ed selaku Kepala Pusat Dimas dan UPN “Veteran” Jawa Timur.



5. Segenap perangkat desa Kelurahan Sumberbendo atas ketersediaannya dalam meluangkan waktu dan perhatiannya untuk Proposal KKN Tematik ini.
6. Segenap pelaku UMKM Desa Sumberbendo atas keramahannya dalam memberikan pemaparan singkat mengenai usaha yang digelutinya.
7. Orang tua dan saudara kami sekalian, yang telah memberikan doa dan dukungan moril,
8. Tim KKN Tematik “Kelompok 63” yang telah memberikan dukungan dan saling membantu dalam memperlancar pengerjaan proposal KKN ini, dan
9. Seluruh pihak terkait yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Kuliah Kera Nyata Kelompok 63 tahun 2023 ini.

Penulis berharap modul luaran Kuliah Kerja Nyata ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak. Penyusun juga menyadari masih ada kekurangan dalam penulisan modul luaran ini. Oleh karena itu, kritik saran kami terima sehingga membantu penyusun dapat memperbaiki dan menyempurnakan penulisan selanjutnya.

Surabaya, 1 Juli 2023

Kalvin Edo Wahyudi, S.Sos., M.KP



DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| SAMPUL DALAM..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 2. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 2 |
| 2.1. Re-Branding Produk..... | 2 |
| 2.1.1 Digital Marketing..... | 3 |
| 2.1.2 Marketing Digital Ekonomi Digital..... | 5 |
| 2.2. Foto Produk UMKM dan Mini Studio | 7 |
| 2.2.1 Pengertian | 7 |
| 2.2.2 Alat bahan | 8 |
| 2.2.3 Metode Pembuatan | 9 |
| 2.2.4 Hasil Pelaksanaan Kegiatan..... | 12 |
| 2.3 Nomor Induk Berusaha UMKM..... | 13 |
| 2.3.1 Pengertian | 13 |
| 2.3.2 Metode Pembuatan | 14 |
| 2.3.3 Hasil Pelaksanaan Kegiatan..... | 27 |
| 2.4 Website UMKM Desa Sumberbendo | 29 |
| 2.4.1 Pengertian | 29 |
| 2.4.2 Metode Pembuatan | 31 |



Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA



PROBOLINGGO
KKN T-63
UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

| | |
|---------------------------------------|----|
| 2.4.3 Hasil Pelaksanaan Kegiatan..... | 39 |
| 3. PENUTUP..... | 40 |
| 4. DAFTAR PUSTAKA..... | 41 |
| LAMPIRAN..... | 42 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Alat dan Bahan..... | 9 |
| Gambar 2.2 Melipat Karton..... | 9 |
| Gambar 2.3 Mengukur Karton | 10 |
| Gambar 2.4 Memotong Karton..... | 10 |
| Gambar 2.5 Hasil Potongan..... | 11 |
| Gambar 2.6 Memberi Lubang | 11 |
| Gambar 2.7 Website Google..... | 14 |
| Gambar 2.8 Halaman Depan OSS | 14 |
| Gambar 2.9 Halaman Pendaftaran..... | 15 |
| Gambar 2.10 Halaman Depan Masuk..... | 15 |
| Gambar 2.11 Beranda Pembuatan Perizinan Berusaha | 16 |
| Gambar 2.12 Form Data Pelaku Usaha | 17 |
| Gambar 2.13 Form Pemilihan Bidang Usaha..... | 18 |
| Gambar 2.14 Form Validasi..... | 18 |
| Gambar 2.15 Form Detail Data | 19 |
| Gambar 2.16 Form Data Produk/Jasa..... | 19 |
| Gambar 2.17 Kolom Daftar Produk/Jasa..... | 20 |
| Gambar 2.18 Kolom Data Usaha..... | 20 |
| Gambar 2.19 Daftar Kegiatan Usaha..... | 21 |
| Gambar 2.20 Dokumen Persetujuan Lingkungan | 21 |
| Gambar 2.21 Kelengkapan Dokumen Persetujuan Lingkungan | 22 |
| Gambar 2.22 Parameter Kewajiban Dokumen Lingkungan..... | 22 |
| Gambar 2.23 Pernyataan Mandiri | 23 |
| Gambar 2.24 Draft Perizinan Berusaha..... | 24 |
| Gambar 2.25 Surat Nomor Induk Berusaha (NIB)..... | 25 |
| Gambar 2.26 Surat Nomor Induk Berusaha (NIB) Lampiran | 26 |
| Gambar 2.27 Foto Bersama Pelaku UMKM | 27 |
| Gambar 2.28 Siklus Hidup Pelanggan..... | 31 |
| Gambar 2.29 Halaman Pencarian Wordpress.com..... | 32 |



Kampus
Merdeka
INDONESIA JAYA



PROBOLINGGO
KKN T-63
UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.30 Halaman Masuk Wordpress.com | 32 |
| Gambar 2.31 Halaman Depan Wordpress.com..... | 33 |
| Gambar 2.32 Membuat Akun | 33 |
| Gambar 2.33 Pengisian Nama Bisnis/Usaha | 34 |
| Gambar 2.34 Pemilihan Domain | 34 |
| Gambar 2.35 Range Harga Domain | 35 |
| Gambar 2.36 Pengisian Tujuan Pembuatan Website | 35 |
| Gambar 2.37 Pemberian Nama Toko/Lembaga..... | 36 |
| Gambar 2.38 Pemilihan Desain | 36 |
| Gambar 2.39 Pemilihan Warna..... | 37 |
| Gambar 2.40 Mengisi Persyaratan | 37 |
| Gambar 2.41 Opsi Nama Domain | 38 |
| Gambar 2.42 Opsi Halaman Awal | 38 |
| Gambar 2.43 Hasil Halaman Website..... | 39 |
| Gambar 2.44 Website UMKM Kelompok 63 | 39 |



MODUL MENUMBUHKAN PEREKONOMIAN DENGAN BRANDING UMKM DI DESA SUMBERBENDO

Kalvin Edo Wahyudi, S.Sos., M.KP¹, Muhammad Ilham Kurniawan², Nonny Saskia Ramadhani Mutiara Putri³, Fania Damayanti Suryaningsih⁴, Bernika Maura Alfionita⁵, Galan Rudy Firdaus⁶, Anisa Aurelia Sukur⁷, Ervin Ghazi Halim⁸, Tasya Putri Salsabila⁹, Ragita Widya Kartika¹⁰, Usman Bahtiar Hamzah¹¹

Email : kalvin.kelas18@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Internet semakin jadi andalan orang untuk menjajakan berbagai produk dan jasa. Terbukti, dengan menjamurnya pedagang online dan tidak sedikit pedagang offline yang beralih ke online. Apalagi sejak pandemi COVID-19 hampir semua sektor UMKM terguncang. Terbatasnya mobilitas masyarakat membuat banyak sektor bisnis terdampak. Salah satu sektor bisnis yang paling berdampak adalah UMKM. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan maupun sebuah badan usaha dengan kriteria usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300 juta.

Mulai dari sektor makanan dan minuman, industri kreatif, hingga pertanian. Bahkan hasil survey yang dilakukan secara langsung menunjukkan bahwa banyak pengusaha yang mengalami



kesulitan yang belum pernah dihadapi sebelumnya akibat pandemi covid 19.

Dengan persaingan yang semakin ketat, untuk bisa menjaring pembeli, maka tampilan produk sebagai media promosi menjadi sesuatu yang krusial. Bisa dikatakan, visualisasi foto jadi kesan pertama produk di mata calon pembeli. Media promosi merupakan sarana yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan yang berkaitan dengan pengenalan produk maupun jasa kepada target pasar. Adanya media promosi, tentu produk yang dihasilkan akan dapat menjangkau target pasar dengan tepat.

Untuk menghindari banyaknya biaya, pelaku usaha dapat menggunakan peralatan sederhana sebagai media pendukung didalam memfoto produk yang diproduksi. Dengan memanfaatkan peralatan sederhana tentu sangat mendukung pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam membuat media promosi produk.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1. Re-Branding Produk

Kegiatan pemasaran tidak terlepas dari konsep dasar pemasaran yaitu proses pemasaran produk melalui seperangkat alat pemasaran yang terdiri dari produk, *price*, *place*, dan *promotion* (Kotler, 2002). Artinya yang dimaksud Rebranding merupakan perubahan konsep dari seperangkat alat pemasaran dari yang lama menjadi baru, tujuannya agar perusahaan menjadi terlihat lebih segar dan bisa lebih menarik perhatian para calon konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan re-branding