

Pemberdayaan Karang Taruna Melalui Digital Branding 'Sabun Sahati' Sebagai Alternatif Pendanaan

Indah Fadilah¹, Eka Sri Rahayu², Witrin Gamayanti³

¹Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, e-mail: indahfadilah113@gmail.com

²Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, e-mail: ekasrirahayu293@gmail.com

³UIN Sunan Gunung Djati Bandung, e-mail: witrin.psi@gmail.com

Abstrak

Kondisi karang taruna unit di kampung Cikereti Rt 002 ini memiliki masalah atau tantangan perihal sumber pendanaan karena tidak ada anggaran dari pemerintah Desa, hal ini disebabkan belum adanya kepengurusan karang taruna unit oleh pihak desa, karena keterbatasan pemahaman tentang administrasi keorganisasian. Sumber pendanaan saat ini hanya dari penggalangan dana oleh pihak karang taruna kepada masyarakat kampung Cikereti, tetapi pada masa pandemic *Covid-19* warga yang terdampak dari sektor keuangannya, itu semakin membuat karang taruna kesulitan dalam pendanaan. Program pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi karang taruna agar memiliki sumber pendanaan yang tetap yaitu dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan Digital marketing dan pembuatan produk sabun dengan menggunakan konsep 3R (*Resude-Reduce-Recycle*), kemudian lanjut untuk memberikan sosialisasi dan praktik penerapan digital branding pada produk sabun tersebut, diantaranya adalah logo, Media sosial, Email- Marketing, Iklan online dan sebagainya. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah *Participation Learning Action (PLA)* manfaat dari inisiatif pengabdian ini adalah memberikan pemahaman karang taruna dan masyarakat tentang pembuatan produk dan digital branding sebagai solusi usaha baru untuk pendanaan tetap karang taruna. Hasil dari kegiatan ini adalah Pengetahuan dan pemahaman baru tentang pengelolaan limbah minyak jelantah dengan menggunakan konsep 3R, Pengetahuan dan pemahaman karang taruna tentang digital branding dan pemasaran secara online, Terciptanya sumber pendanaan tetap karena adanya toko online milik karang taruna yang memproduksi sabun sahati, Memiliki brand atau merek untuk produk penjualan karang taruna, Memiliki strategi dalam pemasaran online dan digital branding.

Kata Kunci: Digital Branding, Karang Taruna, Pengabdian

Abstract

The condition of the youth organization unit in the village of Cikereti Rt 002 has problems or challenges regarding funding sources because there is no budget from the village government, this is due to the fact that the management of the youth organization unit by the village is not legal, due to limited understanding of organizational administration. The current source of funding is only from fundraising by Karang Taruna for the Cikereti village community, but during the Covid-19 pandemic, residents affected by the financial sector have made it increasingly difficult for youth organizations to fund. This service program aims to assist youth organizations in order to have a permanent source of funding, namely by providing socialization and training on digital marketing and making soap products using the 3R (Resude-Reduce-Recycle) concept, then continuing to provide socialization and the practice of implementing digital branding on products. These soaps include logos, SEO, social media, email-marketing, online advertising and so on. The method used in this community service is Participation Learning Action (PLA). The benefit of this service initiative is to provide an understanding of youth groups and the community about product manufacturing and digital branding as a new business solution for youth youth funding. The results of this activity are new knowledge and understanding of waste cooking oil waste management using the 3R concept, knowledge and understanding of youth organizations about digital branding and online marketing, The creation of a permanent source of funding due to the existence of an online shop owned by Karang Taruna that produces Sahati soap, Having a brand or a brand for youth sales products, Have a strategy in online marketing and digital branding.

Keywords: Devotion, Youth Organization, Digital Branding

A. PENDAHULUAN

Pemuda memiliki peranan penting di kalangan masyarakat, salah satu oragnisasi di masyarakat yang menaungi pemuda adalah karang taruna. Karang taruna adalah organisasi sosial masyarakat yang berfungsi sebagai wadah atau sarana pengembangan setiap anggota masyarakat yang tumbuh dan berkembang atas kesadaran dan tanggung jawab sosial dari diri sendiri, oleh dan untuk masyarakat terutama generasi muda yang bergerak di bidang usaha dan kesejahteraan sosial. Menurut Pasal 1 Ayat 1 Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor:77/HUK/2010 Tentang pedoman karang taruna "Anggota karang taruna yang selanjutnya di sebut warga karang taruna adalah setiap anggota masyarakat yang berusia 13 (tiga belas) tahun samapai dengan 45(empat puluh lima) tahun yang berada di desa/kelurahan". Berdirinya organisasi karang taruna ini bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan cipta,rasa,karsa,dan karya generasi muda dalam rangka pengembangan sumber daya manusia (SDM).

Karang taruna yang berdiri di Kampung Cikereti, Rt 002/ Rw 003 Desa Sukamaju Kecamatan Cibeber – Cianjur merupakan karang taruna Unit dari karang taruna Desa Sukamaju. Meskipun karang taruna ini sudah berdiri cukup lama, namun secara administrasi keorganisasian karang taruna ini belum memiliki Surat Keterangan (SK) kepengurusan karang taruna unit yang sah dari pihak desa, dikarenakan keterbatasan pemahaman dan keilmuan tentang pengajuan administrasi keorganisasian.

Selain itu, Karang taruna unit di kampung cikereti Rt 002 ini mempunyai tantangan perihal pendanaan atau keuangannya, dikarenakan belum ada pengesahan dan pengukuhan sebagai karang taruna unit maka tidak ada anggaran untuk program kerja dari pihak desa, dan karang taruna kesulitan untuk membuat pengajuan proposal kegiatan karena keterbatasan keilmuan dan pemahaman pembuatan proposal. Salah satu sumber pendaan karang taruna unit kampung cikereti Rt 002 sampai saat ini adalah sumbangan *Door to Door* atau penggalangan dana dari rumah ke rumah untuk kegiatan atau program yang akan di adakan di kampung itu. Namun pada masa pandemi Covid-19 banyak sektor yang terdampak salah satunya adalah sektor perekonomian di masyarakat. Tidak sedikit masyarakat yang terdampak perekonomiannya karena covid-19, jadi semakin minim pendanaan karang taruna semasa covid-19.

Berbicara tentang pemuda erat kaitannya dengan teknologi. Kekuatan itu berpotensi untuk menambah peluang pendaan dengan membuat digitalisasi branding produk. Digitalisasi Branding merupakan identitas merek yang di gunakan suatu produk atau perusahaan secara online, yang berbeda dengan merek tradisional. Mengingat semakin hari semakin banyak pengguna internet di masyarakat, digital branding menjadi salah satu cara untuk memperlancar pemasaran secara *online*. Dengan ini pemahaman mereka tentang tekhnologi bisa di jadikan potensi untuk membuka unit usaha sebagai pendaan karang taruna, agar karang taruna unit kampung cikereti Rt 002 supaya menjadi karang taruna yang berdaya dan mandiri dari segi pendaan. Digital Branding yang di gunakan adalah dengan memerhatikan logo, merek, warna , di rangkai semenarik mungkin , dan itu menjadi salah satu hal penting dalam pelaksanaan digital branding, kemudian membuat akun di E-Comerce yang banyak penggunanya , serta jenis jenis informasi lainnya untuk pemesanan di siapkan secara matang, untuk memaksimalkan pemasaran agar klien atau pelanggan tertarik dan merek atau brand itu di kenal baik di masyarakat.

'Sabun Sahati' adalah sabun ramah lingkungan yang terbuat dari bahan dasar limbah minyak jelantah, pemanfaatan limbah jelantah bisa membuat sabun cuci piring dan sabun cuci tangan, selain ramah lingkungan , pembuatan sabun sahati juga dapat di lakukan dengan modal yang terjangkau dan bernilai ekonomis apabila di distribusikan bisa menjadi salah satu ide usaha. Pengelolaan limbah minyak jelantah menggunakan konsep *Circular Economy 3 R (Reduce – Reused – Recycle)* merupakan konsep pengelolaan limbah atau sampah untuk di dimanfaatkan kembali menjadi

barang baru sebagai barang produktif dengan menggunakan bahan material yang tidak mudah terurai (Moraga et al., 2019).

Konsep ini yang akan di sosialisasikan kepada masyarakat dalam pembuatan sabun sahati dengan memanfaatkan limbah minyak jelantah yang ada , mensosialisakikannya dengan sesederhana mungkin agar mudah di pahami oleh masyarakat . Menurut Rachim dan Ginting 2019 perlu adanya perubahan stigma masyarakat terhadap konsep *Circular Economy 3 R (Reduce – Reused – Recycle)* Pengelolaan sampah atau limbah untuk menjadi barang yang produktif demi menjaga kestabilan ekosistem lingkungan untuk masa yang akan datang. Berdasarkan uraian di atas Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi masyarakat mengenai pengelolaan limbah minyak jelantah untuk menjadi sabun yang bernilai ekonomis dan memberikan pemahaman kepada karang taruna tentang digitaliasi branding 'sabun sahati' sebagai salah satu literasi keuangan untuk pendanaan karang taruna supaya menjadi karang taruna yang lebih mandiri dan menjadi solusi pendanaan karena tidak ada anggaran dari pemerintah desa.

Beberapa permasalahan yang terjadi di masyarakat Kampung Cikereti Rt 002 / Rw 003 Desa Sukamaju Kecamatan Cibeber – Cianjur sebagai berikut : (1) Minimnya informasi atau `pengatahuan masyarakat tentang pengelolaan limbah untuk menjadi barang yang ekonomis (2) Kondisi sumber keuangan karang taruna yang tidak menentu dan tidak ada anggaran dari pemerintah Desa (3) Minimnya informasi atau pengetahuan masyarakat tentang Digital Branding. Dengan program pengabdian masyarakat ini dapat membantu masyarakat Kampung cikereti Rt 002 ini untuk memanfaatkan limbah minyak jelantah , serta memberdayakan karang taruna Kampung cikereti Rt 002 dengan membuka unit usaha melalui digital marketing 'sabun sahati' sebagai upaya menciptakan karang taruna yang mandiri dan pendaan karang taruna memiliki sumber tetap.

B. METODE PENGABDIAN

Pada Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan melibatkan masyarakat Kp. Cikereti Desa Sukamaju Kecamatan Cibeber secara khusus anggota karang taruna dengan total jumlah 10-15 orang. Metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan dan pelatihan dengan menggunakan pendekatan participatory learning action (PLA), yang dilakukan melalui pendampingan dan pelatihan mengenai tata kelola limbah minyak jelantrah prinsip 3R (reduce, reused, recycle) dan perancangan digital branding serta pembuatan akun e-commerce. Ada tiga tahap yang dilakukan dalam metode ini, dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Metode	Keterangan
----	--------	------------

1	Ceramah dan diskusi pada Pertemuan 1	Karang taruna diberikan wawasan secara teori mengenai perencanaan digital branding dan bagaimana pembuatan akun e-commerce, serta pemanfaatan limbah minyak jelantrah
2	Tutorial Pertemuan 2	Karangtaruna diberikan materi mengenai pembuatan sabun dari minyak jelantrah, perancangan digital branding, dan pembuatan akun e-commerce secara sederhana dengan pemaparan.
3	Pelatihan atau praktik pertemuan 3	Karang taruna dilatih untuk mempraktikkan membuat sabun dari minyak jelantrah dan mendapatkan identitas merek untuk sabun tersebut serta dapat mengelola akun e-commerce untuk penjualannya.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Bagian Pelaksanaan kegiatan pengabdian atau Kuliah Kerja Nyata (KKN) dilaksanakan dari tanggal 02 Agustus sampai 31 Agustus 2021 di kampung Cikereti Rt 002/ Rw 003 Desa Sukamaju Kecamatan Cibeber – Cianjur. Berikut adalah proses pelaksanaan dengan menggunakan metode pendekatan Partisipation Learning Action (PLA), berikut adalah tahapan tahapan dalam proses pelaksanaan kegiatan:

1. Diskusi bersama Karang Taruna Unit Kampung Cikereti Rt 002

Kegiatan pertama kita yaitu berdiskusi dengan karang taruna Unit tentang keadaan masyarakat kampung cikereti, dari mulai profesi, pendapatan, dan keadaan sosial lainnya.



Gambar 1. Diskusi dan fiksasi program kerja

Selain diskusi tentang keadaan masyarakat kampung cikereti, kami juga berdiskusi tentang keadaan karang taruna unit disana. Kondisi karang taruna unit di kampung cikereti Rt 002 belum memiliki Surat Keterangan (SK) kepengurusan yang sah dari pihak Desa Sukamaju, oleh karena itu, pendanaan karang taruna tidak ada anggaran dari pemerintah desa, sampai saat ini pendanaan hanya bersumber dari masyarakat Door to Door atau penggalangan dana oleh karang taruna setiap akan mengadakan acara di kampung Cikereti.

2. Sosialisasi

Sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang Limbah Minyak jelantah dengan menggunakan konsep Circular Economy 3 R (Reduce – Reused – Recycle) dan Digital Branding. Kegiatan yang kedua adalah memberikan sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan limbah minyak jelantah dengan menggunakan konsep Circular Economy 3 R (Reduce – Reused – Recycle) sesuai konsep ini mengubah limbah atau sampah menjadi barang yang bermanfaat , dari bahan dasar minyak jelantah bisa dijadikan sabun ramah lingkungan , bisa di gunakan untuk mencuci tangan dan mencuci piring. Tidak hanya ramah lingkungan sabun ini juga bisa menjadi barang yang bernilai ekonomis, dan bisa menjadi salah satu ide usaha bagi masyarakat.



Gambar 2. Sosialisasi dan pemahaman karang taruna tentang Konsep 3R dan Digital Branding

Selain inovasi produk sabun yang bisa di buat dengan memanfaatkan limbah minyak jelantah dan dapat dijadikan sebagai ide usaha , kami juga memberikan pemahaman dan pengaplikasian digital branding sabun ramah lingkungan ini dari mulai membuat Brand atau merek sabun, membuat akun toko online , samapi cara pengemasan yang menarik.

3. Demonstrasi dan Praktek pengelolaan limbah minyak jelantah dan digital branding pada produk sabun ramah lingkungan

Setelah di berikan pemahaman tentang pengelolaan limbah minyak jelantah menjadi produk sabun ramah lingkungan serta digital branding yang menjadi ide

usaha baru bagi masyarakat, langkah selanjutnya adalah tahap praktek pembuatannya.



Gambar 3. Praktek pembuatan sabun dari minyak jelantah

Dalam Praktek ini selain bahan dasar limbah minyak jelantah di butuhkan juga bahan bahan tambahan diantaranya adalah garam, areng, dan soda api, serta tambahn nya bisa daun jeruk nipis sebagai pewanginya. Dalam praktik ini banyak yang harus di perhatikan dari mulai pemahaman takaran adonanya, da nada salah satu bahan yang cukup berbahaya yaitu soda api, apabila kena kulit tangan manusia akan menimbulkan efek gatal



Gambar 4. Pengemasan dan Digital Branding Sabun 'Sahati'

Praktek digital branding ini di mulai dengan cara pengemasan sabun di buat semenarik mungkin, dan apabila kemasannya seperti ini bisa di jadikan opsi sebagai souvenir. Kemudian pembuatan brand atau merek, di desain semenarik mungkin dan pemberian nama brand pada produk sabun ramah lingkungan ini adalah 'Sabun Sahati' yang memiliki arti sabun ramah lingkungan dari cikereti.

Digital branding tidak lepas kaitannya dengan Digital marketing atau pemasaran secara Online, dan kami juga memberikan pendampingan dan arahan dalam pembuatan akun toko Online di salah satu E-Commerce Shoope serta pembuatan

voucher diskon, iklan dan sebagainya. Media lainnya pun seperti Whatsapp untuk informasi lebih lanjut pemesanan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari program pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa muncul pemahaman masyarakat tentang pengelolaan limbah minyak jelantah dengan konsep 3R (Residue-Reduce-Recycle) dan ini salah satu produk yang di distribusikan melalui digital branding dan digital marketing untuk menjadi salah satu ide usaha pendanaan atau terciptanya unit usaha karang taruna , adapun pencapaiannya adalah sebagai berikut :

1. Sosialisasi dan pemahaman tentang konsep 3R (Residue-Reduce-Recycle)

Dari pelaksanaan ini masyarakat menyambut baik serta mendukung dengan konsep 3R (Residue-Reduce-Recycle) mengubah limbah minyak jelantah menjadi barang yang bermanfaat , apalagi masa pandemi seperti ini salah satu sektor perekonomian terdampak , dan dianjurkan oleh pemerintah untuk sering mencuci tangan dengan sabun, dengan adanya konsep ini memudahkan masyarakat untuk membuat sabun cuci tangan dan cuci piring sendiri dengan memanfaatkan limbah minyak jelantah yang ada dan mengurangi pengeluaran keuangan masyarakat.

2. Sosialisasi dan pemahaman tentang Digital Marketing

Para pemuda karang taruna dengan terciptanya produk sabun sahati sebagai ide untuk unit usaha karang taruna tidak hanya sebagai sumber pendanaan tetap bagi karang taruna, tetapi melatih agar para pemuda karang taruna memiliki ilmu dan pemahaman tentang digital branding sehingga bisa di aplikasikan di lain hari, melatih untuk berbisnis Online agar karang taruna kampung cikereti Rt 002 ini menjadi salah satu karang taruna yang mandiri. Hasil dari digital branding yaitu berujung pada digital marketing dengan pembuatan akun Shoope khusus untuk unit usaha karang taruna, tidak hanya sabun mereka bisa menjual jenis apapun di akun tersebut

3. Pemerdayaan karang taruna dengan Digital Branding

Dikarenakan karang taruna masih belum sah dan tidak mempunyai anggaran dari pemerintah Desa. Salah satu sumbernya hanya dari penggalangan dana dari masyarakat , sedangkan pada kondidi Covid-19 ini tidak sedikit warga yang terdampak terutama dari segi perekonomian sehingga pendanaan karang taruna makin minim. dengan program pengabdian masyarakat menggunakan pendekatan Partisipation Learning Action (PLA) menemukan solusi unit usaha karang taruna yaitu dengan menciptakan unit usaha dengan strategi Digital Branding dan hasil dari strategi itu sebagai berikut :

a) Pembuatan Logo

Pembuatan logo adalah tahap pertama dalam proses digital branding dan ini menjadi hal sangat penting, logo harus menarik dan sesuai dengan kepribadian dan nilai bisnis, logo didesain sederhana tapi berkesan dan tidak terlalu rumit agar pelanggan mudah mengenali dan mengingatkannya.

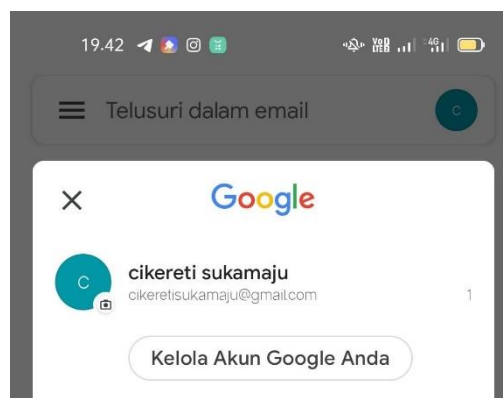
Pada produk sabun ini kami memutuskan untuk memberi nama logo atau merek sabun 'SAHATI' yang memiliki arti sabun ramah lingkungan produk cikereti. Cikereti adalah nama kampung karang taruna itu berdiri.



Gambar 5. Logo produk sabun 'Sahati'

b) Pembuatan Email-Marketing

Dengan pembuatan Email-Marketing memudahkan untuk pelanggan yang tidak mempunyai akun media sosial, dengan membuat daftar email bertarget dan kemungkinan besar mereka kan menjadi pegunjung web dan pelanggan, dengan menggunakan fitur iklan dan memudahkan pemesanan.

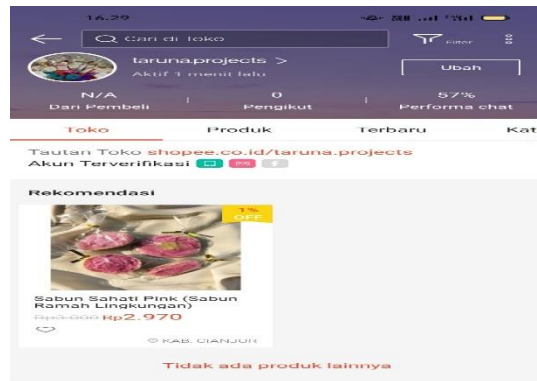


Gambar 6. E-mail Marketing

c) Pembuatan Akun Sosial Media

Kami memilih membuat akun sosial media salah satunya adalah Shoope, Shoope adalah aplikasi jual beli online yang banyak di pakai oleh masyarakat Indonesia, serta pembuatan dan pemasarannya cukup gampang. Akun Shoope ini di buat khusus

untuk digitalisasi branding karang taruna dengan nama (Taruna.Projects). Di akun ini tidak hanya menjual satu produk , karang taruna bisa menjual apa saja karena sudah memiliki wadah Toko Online



Gambar 7. Akun Shoope Karang Taruna

d) Sosialisasi tentang iklan online dan voucher diskon pada toko online karang taruna

Hasilnya karang taruna jadi lebih mempunyai wawasan yang luas tentang digital marketing dan iklan secara online serta pembuatan voucher diskon untuk lebih banyak di kenal oleh masyarakat salah satunya dengan memberikan diskon bagi yang sudah mengikuti dan belanja di toko tersebut



Gambar 7. Pelatihan digital branding iklan online dan pembuatan voucher diskon

e) Penjualan Online

Produk Sabun sahati di jual menggunakan akun E-Commerce Shoope , di jual dengan harga Rp. 3.000 per/ Pcs. Dan pendapatan penjualan tersebut akan masuk ke dalam dana kas karang taruna unit Kp. Cikereti. Secara ringkas hasil yng di dapatkan oleh masyarakat dan karang taruna kampung cikereti Rt 002 dengan adanya Program Kauliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah :

- a) Pengetahuan dan pemahaman baru tentang pengelolaan limbah minyak jelantah dengan menggunakan konsep 3R
- b) Pengetahuan dan pemahaman karang taruna tentang digital branding dan pemasaran secara online
- c) Terciptanya sumber pendanaan tetap karena adanya toko online milik karang taruna yang memproduksi sabun sahati dan dananya akan masuke ke uang kas katang taruna
- d) Memiliki bran atau merek untuk produk penjualan karang taruna
- e) Memiliki strategi dalam pemasaran online dan digital branding

Tabel 2. Pencapaian Pelaksanaan

No	Keterangan	Tujuan
1	Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan limbah minyak jelantah menjadi sabun ramah lingkungan	Masyarakat jadi mengetahui dan memahami pengelolaan limbah dari minyak jelantah selain untuk menghemat biaya dan raamh lingkungan dengan sabun buatan sendiri , konsep ini juga bisa di jadikan sebagai ide usaha baru
2	pemahaman masyarakat tentang Digital Branding	Mayarakat dan karang taruna memahami tentang pembuatan dan aspek apa saja yang penting dalam pembuatan digital branding serta manfaat dari digital branding tersebut
3	Terciptanya akun Shoope sebagai media untuk unit usaha karang taruna	Karang taruna jadi memiliki sumber pendanaan tetap dan memperdayakan karag taruna agar lebih mandiri
4	Memiliki merek untuk penjualan online	Mempunyai ciri khas ketika brand nya di kenal orang dan menentukan kuantitas dan kualitas produk
5	Meningkatkan masyarakat dalam pengetahuan strategi pemasara online	Karang taruna bisa memilih waktu dan strategi diskon untuk pelanggan pada waktu waktu tertentu
6	Penjualan Online	Penjualan sabun sahati yang di pasarkan dalam toko online hasilnya

		akan di masukan ke dalam uang kas karang taruna
--	--	-------------------------------------------------

E. PENUTUP

Karang taruna unit di kampung cikereti Rt 002 mempunyai tantangan perihal pendanaan atau keuangannya, dikarenakan belum ada pengesahan dan pengukuhan sebagai karang taruna unit maka tidak ada anggaran untuk program kerja dari pihak desa, dan karang taruna kesulitan untuk membuat pengajuan proposal kegiatan karena keterbatasan keilmuan dan pemahaman pembuatan proposal. Salah satu sumber pendaan karang taruna unit kampung cikereti Rt 002 sampai saat ini adalah sumbangan *Door to Door* atau penggalangan dana dari rumah ke rumah untuk kegiatan atau program yang akan di adakan di kampung itu. Namun pada masa pandemi Covid-19 banyak sektor yang terdampak salah satunya adalah sektor perekonomian di masyarakat. Tidak sedikit masyarakat yang terdampak perekonomiannya karena covid-19, jadi semakin minim pendanaan karang taruna semasa covid-19.

Maka dari itu pengabdian yang kami lakukan adalah memberi inovasi baru tentang ide usaha dengan modal kecil dan memanfaatkan limbah. Hasil dari program pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa terjadi perubahan pola pikir dan pola hidup pada masyarakat dan karang taruna untuk memanfaatkan limbah minyak jelantah sebagai ide usaha dan hasil dari penjualannya masuk kepada kas karang taruna, meskipun belum seberapa tapi ini sangat membantu pihak karang taruna untuk mendapatkan sumber dana alternatif. Dengan uang kas bisa membantu biaya untuk kegiatan karang taruna dan memberdayakan para pemuda untuk melek dunia digital branding. Hasil yang dicapai adalah (1) karang taruna dan masyarakat dapat membuat sabun dari limbah minyak jelantah dengan system sederhana tanpa harus dibuang dengan sia-sia, juga dapat dijadikan sebagai ide usaha baru (2) Masyarakat dan karang taruna memahami tentang pembuatan dan aspek apa saja yang penting dalam pembuatan digital branding serta manfaat dari digital branding tersebut (3) Karang taruna jadi memiliki sumber pendanaan tetap dan memperdayakan karang taruna agar lebih mandiri. (4) produk yang dijual karang taruna mempunyai ciri khas ketika brand nya di kenal orang dan menentukan kuantitas dan kualitas produk (5) Karang taruna bisa memilih waktu dan strategi diskon untuk pelanggan pada waktu waktu tertentu. (6) Membaiknya keuangan karang taruna unit kp. Cikereti karena penjualan sabuh sahati. Meskipun dari penjualan sabun sahati baru mendapat sedikit, tapi mereka bisa mengembangkan dengan menjual produk lain di toko online shoope.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini tentunya tidak bisa berjalan lancar apabila tidak ada dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami sampaikan terima kasih kepada Ibu Witrin Gamayanti, S.PSI. M.SI selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan serta arahan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik. Terima kasih pula kami ucapkan kepada rekan-rekan yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Ucapan terimakasih pula untuk pihak karang taruna Kp. Cikerti atas kesediaannya ditanamkan terima kasih kepada Ketua Rukun Tetangga yang bersedia membantu kami sampai akhir.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Aloyius Hari Kristianto. 2020. 'Implementasi *Circular Economy 3R Model* dan literasi keuangan metode *participation learning action* (PLA) daerah 3T' Caradde : *Jurnal Pengabdian kepada masyarakat*
- E.Widyati, H.Yunaz, T.Rambe, B.W SiregarA.Fauzi,Romli. 2019. ' Pengembangan kewirausahaan dengan menciptakan wirausaha baru dan mandiri' *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi*
- E.Yuni Indah Nurmala, Anisa Fithri, Dian Hanifah. 2017. 'Pemberdayaan karang taruna melalui oengendalian pengelolaan sampah sebagai alternative pendanaan kampung mandidi peduli kesehatan reproduksi di desa sumberngepoh kecamatan lawang kabupaten malang jawa timur' *Senaspro : Seminar nasional dan gelar produk*
- Wiyanto.2020. 'Menemukan peluang usaha baru dengan pendekatan curah gagasan untuk membangun kemandirian organisasi karang taruna di kelurahan pondok cabe udik' *dalam Prosiding SENANTIAS*
- Wijoyo,H. 2020. Digitalisasi UMKM Pasca pandemic covid-19 di Riau. *Prosiding konferensi Nasional Administrasi Begara Sinagara*