

Strategi Peningkatan Visibilitas Koperasi Merah Putih melalui Media Cetak dan Digital Kelurahan Dandangan Kota Kediri

*Rangga Tri Bagastama¹, Ade Nur Aeni², Binti 'Alimatul Alfiah³, Dea Ananta⁴,
Febrian Kussuma P⁵, Flora Fahimna Aurora⁶, M. Jauhar Andri Hidayat⁷,
Rachmad Aminullah⁸, Shellina Hermayanti⁹, Irawan Hadi Wiranata¹⁰

^aUniversitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak—Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas Koperasi Merah Putih di Kelurahan Dandangan, Kota Kediri melalui strategi promosi berbasis media cetak dan media digital. Permasalahan utama yang dihadapi koperasi adalah rendahnya tingkat pengenalan masyarakat serta keterbatasan media komunikasi dan promosi. Metode pelaksanaan dilakukan secara bertahap melalui observasi dan identifikasi permasalahan, perancangan strategi peningkatan visibilitas, pelaksanaan pendampingan dan promosi, serta evaluasi kegiatan. Strategi yang diterapkan meliputi pemasangan media promosi cetak berupa banner dan poster di titik strategis lingkungan kelurahan serta pendampingan pengelolaan media sosial koperasi sebagai sarana komunikasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan perhatian dan respons masyarakat terhadap keberadaan koperasi, serta meningkatnya kapasitas pengurus dalam mengelola promosi secara mandiri dan berkelanjutan. Integrasi media cetak dan media digital terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan partisipasi masyarakat terhadap Koperasi Merah Putih di tingkat kelurahan.

Kata Kunci—*Visibilitas; Media cetak; Media Digital; Pengabdian Masyarakat; Promosi Koperasi*

Abstract—*This community service activity aimed to improve the visibility of Koperasi Merah Putih in Dandangan Subdistrict, Kediri City through print and digital media-based promotion strategies. The main problem identified was the low level of public awareness and limited promotional communication tools. The implementation method was carried out in stages, including observation and problem identification, strategy design, implementation of mentoring and promotion, and evaluation. The strategy involved installing printed promotional media such as banners and posters in strategic public areas and assisting cooperative administrators in managing social media as a digital communication platform. The results indicated increased public attention and response toward the cooperative, as well as improved managerial capacity in conducting sustainable promotional activities. The integration of print and digital media proved effective in enhancing cooperative visibility and community participation at the local level.*

Keywords—*Visibility; Print Media; Digital Media; Community Service; Cooperative Promotion*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Rangga Tri Bagastama,
Teknik Informatika,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: Ranggatri86@gmail.com



I. PENDAHULUAN

Koperasi merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi kerakyatan yang berfungsi sebagai wadah kerja sama masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan secara adil dan berkelanjutan. Sebagai badan usaha berbasis asas kekeluargaan, koperasi berperan dalam menyediakan akses permodalan, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat lokal. Berbagai kajian menegaskan bahwa koperasi memiliki kontribusi strategis dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya di tingkat desa dan kelurahan (Zakaria & Kantona, 2025).

Pemerintah Indonesia melalui program Koperasi Merah Putih mendorong penguatan ekonomi lokal dengan menjadikan koperasi sebagai pusat produksi dan distribusi masyarakat. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kemandirian ekonomi warga serta mendukung pembangunan dari desa/kelurahan. Namun, implementasi koperasi Merah Putih masih menghadapi tantangan struktural dan kultural, seperti rendahnya kapasitas sumber daya manusia, literasi kelembagaan yang terbatas, serta lemahnya komunikasi kelembagaan kepada masyarakat (Arzewiniga, 2025). Kondisi tersebut berpotensi menghambat keberlanjutan koperasi apabila tidak diimbangi dengan strategi penguatan kelembagaan dan partisipasi publik.

Salah satu permasalahan krusial yang dihadapi Koperasi Merah Putih adalah rendahnya visibilitas dan pengenalan masyarakat terhadap koperasi. Koperasi Merah Putih belum dikenal secara luas karena kurangnya strategi sosialisasi dan promosi yang efektif, sehingga berdampak pada rendahnya minat masyarakat untuk bergabung dan berpartisipasi aktif. Penelitian pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa rendahnya partisipasi anggota sering kali disebabkan oleh minimnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat, mekanisme, dan prinsip koperasi (Apridiani et al., 2026).

Dalam konteks tersebut, kegiatan sosialisasi dan komunikasi publik menjadi instrumen penting untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Keterlibatan mahasiswa melalui program pengabdian masyarakat terbukti efektif sebagai agen perubahan dalam menjembatani pengetahuan akademik dengan kebutuhan praktis masyarakat. Sosialisasi Koperasi Merah Putih yang dilakukan secara partisipatif mampu meningkatkan kesadaran, minat, serta kepercayaan masyarakat terhadap Koperasi Merah Putih sebagai lembaga ekonomi kerakyatan (Arzewiniga, 2025).

Di era digital, strategi peningkatan visibilitas koperasi tidak dapat hanya mengandalkan pendekatan konvensional. Media cetak seperti brosur, poster, dan spanduk masih relevan untuk menjangkau masyarakat lokal secara langsung, khususnya dalam konteks sosial yang berbasis kedekatan wilayah. Namun, media cetak memiliki keterbatasan jangkauan dan keberlanjutan informasi. Oleh karena itu, integrasi dengan media digital menjadi kebutuhan strategis untuk memperluas jangkauan komunikasi koperasi, mengingat promosi merupakan elemen penting dalam membangun kesadaran dan citra lembaga di masyarakat (Kotler & Keller, 2016). Pemanfaatan media sosial terbukti efektif dalam meningkatkan promosi, pemasaran, dan kesadaran publik terhadap kegiatan ekonomi berbasis komunitas (Puspita et al., 2023).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media digital mampu meningkatkan efektivitas promosi UMKM dan lembaga ekonomi lokal, memperluas jangkauan informasi, serta membangun interaksi dua arah dengan masyarakat. Media sosial memungkinkan penyampaian informasi secara cepat, murah, dan berkelanjutan, sehingga berpotensi memperkuat citra dan kepercayaan publik terhadap lembaga yang dikelola masyarakat. Dalam konteks Koperasi Merah

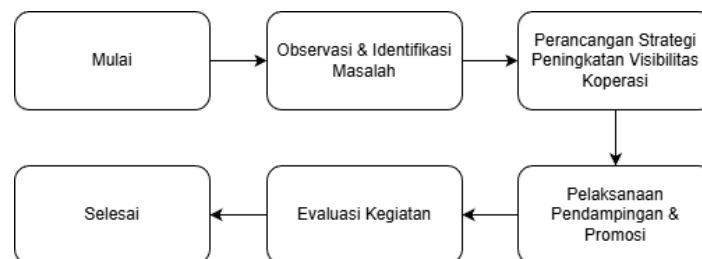
Putih, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi dan transparansi kelembagaan (Yohanida et al., 2024).

Selain aspek promosi, transformasi digital juga menjadi faktor pendukung penguatan Koperasi Merah Putih. Digitalisasi layanan dan sistem informasi koperasi terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, akurasi pencatatan, serta transparansi pengelolaan keuangan koperasi. Sistem digital memungkinkan pengurus koperasi mengelola data anggota dan transaksi secara lebih sistematis dan akuntabel (Dewi & Fithri, 2025). Namun demikian, keberhasilan digitalisasi Koperasi Merah Putih juga memerlukan peningkatan literasi digital dan keamanan siber bagi pengurus maupun anggota koperasi. Rendahnya literasi digital dapat menjadi hambatan dalam pemanfaatan teknologi dan berpotensi menimbulkan risiko keamanan transaksi keuangan digital (Rahmawati et al., 2025).

Dengan demikian, peningkatan visibilitas Koperasi Merah Putih perlu dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi, yaitu mengombinasikan media cetak sebagai sarana sosialisasi langsung dengan media digital sebagai alat perluasan jangkauan komunikasi dan penguatan citra kelembagaan. Strategi ini relevan untuk diterapkan pada Koperasi Merah Putih di Kelurahan Dandangan, Kota Kediri, yang memiliki potensi sebagai penggerak ekonomi lokal namun masih memerlukan penguatan dalam aspek komunikasi publik dan partisipasi masyarakat (Tjiptono & Chandra, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk merumuskan dan mengimplementasikan Strategi Peningkatan Visibilitas Koperasi Merah Putih melalui Media Cetak dan Digital sebagai upaya meningkatkan kesadaran, partisipasi, dan kepercayaan masyarakat terhadap Koperasi Merah Putih, sekaligus mendukung keberlanjutan koperasi sebagai pilar ekonomi kerakyatan di tingkat kelurahan.

II. METODE



Gambar 2.1 Tahapan Pengabdian Kegiatan Peningkatan Visibilitas Koperasi Merah Putih

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara bertahap, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.1. Tahap awal berupa observasi dan identifikasi permasalahan, yang dilakukan melalui pengamatan langsung dan diskusi bersama pengurus koperasi untuk mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi Koperasi Merah Putih, khususnya terkait rendahnya tingkat pengenalan masyarakat, keterbatasan media promosi, serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi koperasi.

Tahap selanjutnya adalah perancangan strategi peningkatan visibilitas koperasi, yang disusun berdasarkan hasil observasi lapangan. Strategi ini difokuskan pada pemanfaatan kombinasi media cetak dan media digital sebagai sarana sosialisasi dan promosi koperasi. Media cetak dirancang untuk menjangkau masyarakat secara langsung di lingkungan kelurahan, sementara media digital digunakan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat secara berkelanjutan.

Tahap pelaksanaan pendampingan dan promosi dilakukan melalui pemasangan media promosi cetak di titik-titik strategis lingkungan kelurahan serta pendampingan pengelolaan konten media sosial koperasi. Selain itu, tim pengabdian memberikan edukasi kepada pengurus koperasi mengenai pentingnya strategi promosi digital agar pengurus mampu melanjutkan pengelolaan promosi secara mandiri setelah kegiatan pengabdian berakhir (Apridiani et al., 2026).

Tahap akhir adalah evaluasi kegiatan, yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap respons masyarakat setelah media promosi dipublikasikan, serta diskusi bersama pengurus koperasi mengenai perubahan yang dirasakan pascakegiatan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dengan menginterpretasikan hasil observasi, dokumentasi, dan respons masyarakat untuk menilai efektivitas strategi peningkatan visibilitas koperasi.

Indikator keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini ditunjukkan melalui beberapa capaian utama, yaitu terpasangnya media promosi cetak Koperasi Merah Putih di titik-titik strategis lingkungan Kelurahan Dandangan sebagai sarana sosialisasi langsung kepada masyarakat, serta aktifnya penggunaan media sosial koperasi sebagai media informasi dan promosi kegiatan koperasi. Selain itu, keberhasilan program juga tercermin dari meningkatnya pemahaman pengurus koperasi mengenai pentingnya strategi komunikasi dan promosi berbasis media digital, yang ditandai dengan kemampuan pengurus dalam mengelola konten promosi secara mandiri. Indikator lainnya adalah munculnya respons dan ketertarikan masyarakat terhadap keberadaan dan aktivitas Koperasi Merah Putih, baik melalui interaksi langsung maupun melalui media digital, yang menunjukkan meningkatnya visibilitas dan pengenalan koperasi di tingkat kelurahan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Koperasi Merah Putih Kelurahan Dandangan, Kota Kediri. Berdasarkan observasi awal dan diskusi bersama pengurus koperasi, ditemukan bahwa koperasi belum dikenal secara luas oleh masyarakat sekitar serta masih memiliki keterbatasan dalam strategi promosi dan komunikasi publik. Informasi mengenai keberadaan dan manfaat koperasi belum tersosialisasi secara optimal sehingga berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat.

Tahap observasi dan identifikasi permasalahan dilakukan melalui diskusi langsung dengan pengurus koperasi, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.1. Proses ini memberikan gambaran mengenai hambatan utama dalam aspek promosi, yaitu minimnya media informasi yang tersedia serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik.



Gambar 3.1 Observasi dan Diskusi dengan Pengurus Koperasi Merah Putih

Berdasarkan hasil observasi tersebut, tahap selanjutnya adalah perancangan strategi peningkatan visibilitas koperasi melalui pemanfaatan media cetak dan media digital. Strategi ini disusun secara kolaboratif antara tim pengabdian dan pengurus koperasi dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan karakteristik masyarakat setempat. Media cetak dipilih sebagai sarana sosialisasi langsung di ruang publik kelurahan, sementara media digital dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat secara berkelanjutan.

Tahap pelaksanaan pendampingan dan promosi dilakukan melalui pemasangan media promosi cetak berupa banner dan poster di beberapa titik strategis di Kelurahan Dandangan, sebagaimana terlihat pada Gambar 3.2. Media tersebut berfungsi sebagai sarana pengenalan koperasi kepada masyarakat yang beraktivitas di sekitar lingkungan kelurahan.



Gambar 3.2 Pemasangan Media Promosi Cetak di Lingkungan Kelurahan Dandangan

Dokumentasi pemasangan banner di lokasi koperasi juga ditunjukkan pada Gambar 3.3, yang memperlihatkan bahwa media promosi telah terpasang di titik strategis dan mudah terlihat oleh masyarakat. Keberadaan media cetak ini berkontribusi pada peningkatan visibilitas koperasi di ruang publik.



Gambar 3.3 Pemasangan Banner Koperasi Merah Putih di Lokasi Koperasi

Selain media cetak, dilakukan pendampingan pengelolaan konten media sosial koperasi melalui akun Instagram dan TikTok @kopkel.merahputih.dandangan. Proses pendampingan meliputi edukasi pembuatan konten promosi, penyusunan informasi profil koperasi, serta strategi komunikasi digital yang menarik dan informatif. Dokumentasi aktivitas pengelolaan media sosial ditampilkan pada Gambar 3.4. Pemanfaatan media digital ini bertujuan untuk memperluas jangkauan informasi koperasi serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat secara berkelanjutan.



Gambar 3.4 Media sosial Koperasi Merah Putih yang digunakan sebagai sarana promosi digital

Hasil pelaksanaan strategi promosi melalui media cetak dan media digital menunjukkan adanya peningkatan perhatian dan respons masyarakat terhadap keberadaan Koperasi Merah Putih. Media cetak membantu meningkatkan pengenalan koperasi di lingkungan kelurahan karena keberadaannya dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat yang beraktivitas di sekitar lokasi. Sementara itu, media digital memperluas jangkauan informasi serta memungkinkan interaksi dua arah antara koperasi dan masyarakat. Selain itu, pengurus koperasi menunjukkan peningkatan pemahaman dalam mengelola promosi berbasis digital, yang tercermin dari kemampuan pengurus dalam melanjutkan pengelolaan konten media sosial secara mandiri setelah kegiatan pendampingan dilakukan.

Tahap evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap respons masyarakat serta diskusi bersama pengurus koperasi mengenai perubahan yang dirasakan pascakegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa integrasi media cetak dan media digital sebagai strategi peningkatan visibilitas mampu meningkatkan pengenalan koperasi serta mendorong ketertarikan masyarakat terhadap aktivitas koperasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang diterapkan telah mampu menjawab permasalahan awal, yaitu rendahnya visibilitas dan partisipasi masyarakat terhadap koperasi.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini berdampak pada peningkatan visibilitas Koperasi Merah Putih serta penguatan kapasitas pengurus dalam mengelola promosi secara berkelanjutan, yang pada akhirnya mendukung penguatan kelembagaan dan partisipasi masyarakat di tingkat kelurahan.

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas Koperasi Merah Putih di Kelurahan Dandangan melalui penerapan strategi promosi berbasis media cetak dan media digital. Permasalahan rendahnya pengenalan dan keterbatasan media promosi koperasi dapat diatasi melalui pemasangan media promosi cetak di ruang publik serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan sosialisasi yang berkelanjutan.

Hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa integrasi media cetak dan media digital mampu meningkatkan perhatian dan ketertarikan masyarakat terhadap keberadaan koperasi, sekaligus memperkuat kapasitas pengurus dalam mengelola promosi secara mandiri. Dengan demikian, strategi peningkatan visibilitas yang diterapkan tidak hanya berkontribusi pada penyelesaian masalah promosi koperasi, tetapi juga mendukung penguatan partisipasi masyarakat dan keberlanjutan Koperasi Merah Putih sebagai pilar ekonomi kerakyatan di tingkat kelurahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apridiani, T., Veronica, M., DP, M. K., & Marnisah, L. (2026). Sosialisasi koperasi oleh mahasiswa KKNT dalam upaya menumbuhkan partisipasi masyarakat bergabung ke koperasi Merah Putri. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(1), 34–41. <https://doi.org/10.31604/jpm.v9i1.34-41>
- Arzewiniga, F. (2025). Tantangan dan Peluang Kelembagaan Koperasi Desa Merah Putih. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 6(2), 220–230.
- Dewi, A. P. K., & Fithri, D. L. (2025). Digitalisasi Layanan Koperasi Syariah melalui Penerapan Sistem Informasi Simpan Pinjam Berbasis Web pada KSPPS Artha Bahana Syariah Astriana. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 338–348.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nasution, R., Mariska, Y., Hasibuan, M. R., Haryaveda, A., Ananda, D., Harahap, N. R., Silalahi, P. E., Nasution, F. B., Bahar, T., & Imsar. (2024). Peran Mahasiswa KKN Dalam Pemberdayaan Masyarakat Serta Moderasi Beragama Di Desa Kuala Tanjung , Kabupaten Batu Bara Tahun 2024. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 6185–6189.
- Puspita, I. L., Ariningrum, H., Sariningsih, E., Alansori, A., & Dewi, T. S. W. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran Bagi UMKM Kemiri Kelurahan Sumber Agung Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.837>
- Rahmawati, A., Prasetya, R., Yanto, A. F. F., & Ratnadewati, N. C. (2025). Peningkatan Literasi Digital dan Keamanan Siber untuk Penguatan Personal Finance pada Kelompok Anggota Koperasi di Malang. *JURNAL ALTIFANI Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 196–204. <https://doi.org/10.59395/altifani.v5i3.691>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Pemasaran Strategik*. Andi Publisher.
- Yohanida, Isyanto, P., & Neni, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pada UMKM Unstore Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(10), 1292–1301.
- Zakaria, A., & Kantona, E. (2025). Peran Koperasi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(3), 11–17.