

REBRANDING UMKM “PEMPEK RENDY” GUNA MENARIK PASAR YANG LEBIH LUAS

Agus Setiaman, Manayra Aisha Putri I, Masagus Muhammad, Shadina Al Wainy, Dara Rizqi Khoerunnisa, Nisrina Maudy Rahayu

ABSTRAK. Kuliah Kerja Nyata atau disingkat KKN adalah mata kuliah wajib di kampus Universitas Padjadjaran, dimana mahasiswa dituntut untuk bergabung dan berkontribusi dengan masyarakat untuk melakukan perubahan yang lebih maju. Melalui KKN PPM terpadu, mahasiswa dapat mengabdikan pada rakyat pada tengah pandemi Covid19. Tema yg dipilih KKN merupakan “Pemberdayaan Perempuan pada Usaha Berbasis Rumah Tangga”. KKN PPM terpadu ini dibentuk oleh mahasiswa buat membantu & berkontribusi dalam bisnis tempat tinggal usaha tangga yg dipimpin oleh perempuan. Hal ini dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas perekonomian Indonesia, menjadi salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan sumber daya manusia merupakan menaikkan pendapatan bagi rakyat itu sendiri. Pempek Rendy adalah UMKM produksi beraneka ragam pempek yang terdapat di Jatinangor. Namun, UMKM Pempek Rendy mengalami kesulitan terhadap melakukan inovasi pada produk misalnya permasalahan dan kesulitan UMKM umumnya. Sedangkan UMKM yang ada di Indonesia terbukti mempunyai potensi yang besar untuk dapat berkembang & memperbaiki perekonomian negara. Maka menurut hal tersebut, adapun beberapa program kerja yang akan dibawa diantaranya adalah, Pembuatan Buku Panduan terkait Pendaftaran Usaha dan Pendaftaran Produk ke dalam suatu marketplace dengan potensi produk, selera target audience, dan peluangnya di pasar. Hal ini dilakukan agar UMKM Pempek Rendy dapat belajar dan mengetahui cara melakukan inovasi terhadap produknya, sehingga dapat meningkatkan nilai produk dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas atau lebih berpotensi.

Kata Kunci : KKN, Covid-19, Pemberdayaan Perempuan, UMKM, Rebranding

ABSTRACT. The student study service or abbreviated as KKN are compulsory subjects on the Padjadjaran University campus, where students study to join and contribute to society to make more advanced changes. Through the integrated PPM KKN, students can serve the people in the midst of the Covid19 pandemic. The theme chosen by KKN is “Women’s Empowerment in Household-Based Enterprises”. This integrated KKN PPM was formed by students to help and contribute to the household business led by women. This is done in order to improve the quality of the Indonesian economy, as one of the government’s efforts to increase human resources is an increase in income for the people themselves. Pempek Rendy is a UMKM that produces a variety of pempek in Jatinangor. However, Pempek Rendy SMEs have difficulty innovating products, for example the problems and difficulties of SMEs in general. Meanwhile, MSMEs in Indonesia have proven to have great potential to develop and improve the country’s economy. Accordingly, according to this, several work programs that will be carried out include, Making Books Related to Business Registration and Product Registration into a marketplace with product potential, target audience tastes, and opportunities in the market. This is done so that Pempek Rendy can learn and know how to innovate products, so that they can increase value and can reach a wider or more possible market.

Keywords: The student study service, Covid-19, Women Empowerment, MSMEs, Rebranding

LATAR BELAKANG

Pandemi covid-19 telah melemahkan perekonomian Indonesia dalam kurun waktu singkat. Tak dapat dipungkiri, Indonesia resmi mengalami resesi akibat pandemi Covid-19 setelah perekonomian kuartal ketiga tercatat minus dibandingkan periode yang sama tahun 2019 (BBC News Indonesia, 2020). BPS menyatakan angka PDB pada triwulan II 2020 menyusut sebesar 5,32%. Penyusutan ini lebih besar dari prediksi pemerintah dan Bank Indonesia yaitu -3,8% dan -4,8%. Krisis ekonomi ini berdampak pada munculnya gelombang PHK besar-besaran pada berbagai sektor (Julita, 2020)

Meskipun sebagian besar kehidupan masyarakat Indonesia terkena dampak negatif krisis, analisis yang dilakukan oleh Jakarta Post (2020) menunjukkan bahwa secara keseluruhan, pekerjaan, dan mata pencaharian perempuan terbukti lebih rentan terhadap pandemi. Ditemukan bahwa dari 39% angkatan kerja global yang kehilangan pekerjaan, 54% diantaranya

merupakan perempuan. Dengan kata lain, perempuan dalam pekerjaan hampir dua kali lebih mungkin kehilangan pekerjaan daripada pria. Selama pandemi Covid-19, pekerjaan perempuan 19% lebih beresiko daripada pekerjaan pria karena perempuan cenderung bekerja di sektor-sektor yang terdampak pandemi, seperti ritel, akomodasi, dan layanan makanan.

Menurut World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) menyampaikan bahwa perempuan mendapatkan beban ekstra akibat pandemi karena selain kehilangan pekerjaan, perempuan juga lah yang mengurus urusan domestik. Itulah mengapa penting sekali bagi perempuan untuk berdaya. Perempuan lebih dianggap mampu mengemban banyak tugas dan lebih produktif daripada laki-laki. Hal itu terlihat dari penelitian Hive yang menyebutkan bahwa perempuan menyelesaikan 55% pekerjaan dan berkontribusi 10% lebih besar dibandingkan laki-laki. Melalui peningkatan jam kerja, dan meningkatkan porsi perempuan yang bekerja di sektor produktivitas yang lebih tinggi, diprediksi bahwa perempuan dapat

menambahkan 185 miliar USD ke PDB Indonesia pada tahun 2030 (Rahman, 2020)

Untuk itu, pemberdayaan wanita dalam bidang ekonomi merupakan solusi yang bisa diterapkan sebagai upaya pemulihan ekonomi Indonesia, salah satunya melalui Usaha Mikro Kecil Menengah. UMKM merupakan sektor yang berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional, mengingat kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia terus meningkat sampai sekitar 60% di masa pra pandemi (Laoli, 2020). Data tersebut didukung oleh data Bank Dunia 2016 yang mengungkapkan rasio kepemilikan usaha perempuan di Indonesia lebih tinggi dibandingkan data global dunia, terutama pada UMKM. Namun, meski data menunjukkan bahwa 50% persen pegeiat UMKM adalah para wanita (Kementerian PPPA, 2020), daya saing UMKM tersebut masih dinilai lebih lemah karena belum mampu terdigitalisasi. Padahal, data terbaru Sea Insight menemukan bahwa 45% pelaku usaha lebih aktif berjualan di *e-commerce* untuk mengubah strategi pemasaran yang dilakukan terutama semenjak adanya pergeseran perilaku konsumen di masa pandemi Covid-19.

Belum lagi secara global, menurut UN Women (2018) wanita dibayar lebih rendah daripada pria. Kesenjangan upah berdasarkan gender diperkirakan mencapai 23 persen. Maka melalui UMKM, perempuan tidak hanya berperan dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarganya akan tetapi juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian negara bahkan global. Peran perempuan dalam aktivitas ekonomi diakui pula dapat mengurangi efek fluktuatif ekonomi, berkontribusi pada penurunan angka kemiskinan, dan menjamin pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (UN Women, 2020)

Berdasarkan permasalahan tersebut, diketahui bahwa sebagian besar UMKM yang dimiliki oleh perempuan belum terdigitalisasi dengan baik. Maka, diperlukan edukasi mengenai penggunaan teknologi digital yang dapat membantu mereka memasarkan produknya ke jangkauan yang lebih luas. Oleh karena itu, sebagai salah satu kontribusi nyata mahasiswa dalam mendorong UMKM yang diinisiasi oleh wanita, kami membawa beberapa program kerja terhadap usaha rumahan “Pempek Rendy” yang bertujuan untuk meningkatkan ide dan inovasi di bidang digital marketing, edukasi tentang pendaftaran legalitas dan pendaftaran usaha di *marketplace* sebagai upaya dalam pemulihan ekonomi yang terpuruk di masa pandemi.

KAJIAN PUSTAKA.

Masalah yang sering dijumpai oleh UMKM yaitu ketika memasuki krisis pandemic Covid-19

adalah berkaitan dengan modal dan berkaitan juga dengan dunia digital. Modal itu sendiri merupakan faktor pertama penyebab berjalan lancar atau tidaknya usaha tersebut. Di era serba digital ini, hal hal yang berkaitan dengan dunia teknologi dapat menjadi salah satu permasalahan akibat ketatnya persaingan pemasaran guna menjangkau pasar yang semakin meluas.

Para pendiri UMKM juga agaknya belum memahami dengan baik manfaat dari sebuah brand. Manfaat dari penggunaan brand ini beragam, salah satunya adalah memperkenalkan produk kepada konsumen. Sebagian besar dari para pendiri UMKM ini masih berfokus pada trading yang akhirnya mengesampingkan sisi kegunaan branding. Hal ini dapat diakibatkan oleh banyak aspek, diantaranya bisa dari minimnya pengetahuan akan hal tersebut, ego, atau bisa juga sifat yang kurang terbuka dari para pendiri UMKM tersebut dan cepat merasa puas atas pencapaian yang sudah diraih.

Banyak faktor lainnya yang menyebabkan para pendiri UMKM ini masih belum mengetahui seluk beluk serta manfaat terkait branding. Salah satunya adalah belum mempunyai karakter *entrepreneur* yang positif, belum mendapatkan pembekalan pelatihan terkait teknis *branding*. Dalam hal *marketing communication*, fungsi *branding* salah satunya adalah sebagai alat untuk menanamkan *image* positif terkait brand itu sendiri kepada konsumen. Sebagai pendiri UMKM tentunya juga harus mampu membuat brand yang mudah diingat serta mudah diucap di benak konsumen.

Sebagian besar modal yang dikeluarkan oleh para pendiri UMKM ini terbilang cukup rendah dibanding dengan perusahaan besar lainnya. Sebagian dari para pendiri UMKM ini juga masih minim pengetahuan terkait manfaat branding karena memang minim pembekalan serta sosialisasi. Dalam pembuatan brand. hal yang perlu diperhatikan adalah harus mempunyai *design* yang menarik, unik, dan mudah dikenal. Selain faktor tadi, pelaku usaha juga harus memikirkan terkait apa saja hal yang akan menjadi ciri pembeda antara brand yang dimiliki dibanding dengan brand lain. Nantinya, meskipun produk antara pengusaha satu dengan yang lain itu sama, namun tetap memerlukan hal yang dapat menjadi pembeda sehingga konsumen dapat dengan mudah mengenali serta mengingat brand yang kita buat.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan KKN-PPM Integritas ini menggunakan metode *hybrid learning*. *Hybrid learning* atau pembelajaran *hybrid* adalah gabungan model pembelajaran dalam kelas dan pembelajaran online tanpa menghilangkan pembelajaran secara tatap muka langsung. Saat praktiknya, mahasiswa

menggunakan beberapa tools guna menunjang terlaksananya kegiatan yakni *WhatsApp*, *Line*, *Trello*, *Google Docs*, *Google Drive*, dan *Canva*. Selanjutnya, Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) memberi pembekalan terkait hal-hal yang harus dipersiapkan untuk melaksanakan KKN-PPM ini. Adapun Subjek KKN-PPM yang kami libatkan, yaitu sebuah UMKM bernama Pempek Rendy. Pempek Rendy merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner, dimiliki oleh seorang perempuan bernama Ibu Elvira. Lokasi dari Pempek Rendy ini berada di Jl. Kolonel Ahmad Syam No.175, Sayang, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. Estimasi waktu sekitar 20 menit dari keluar gerbang tol cileunyi.

Tujuan kami menjadikan Pempek Rendy sebagai subjek KKN-PPM karena ingin membantu dan berkontribusi dalam kegiatan pemberdayaan suatu UMKM. Pemberdayaan UMKM sendiri merupakan serangkaian upaya yang dilakukan untuk menolong serta membantu peluang usaha perseorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha kecil menurut undang-undang agar lebih berdaya dalam meningkatkan sumber daya manusia dan berusaha dalam mengoptimalkan sumber daya manusia tersebut sehingga dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuan yang ada dalam memanfaatkan potensi yang dimiliki oleh usaha yang dimaksud.¹

Pada saat pelaksanaannya, KKN-PPM ini terbagi menjadi 3 tahap yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap tindak lanjut kegiatan. Berikut uraiannya:

a) Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, Dosen Pembimbing Lapangan memberikan pembekalan kepada mahasiswa. Pembekalan ini dilaksanakan secara daring terkait pedoman pelaksanaan KKN-PPM. Pada tahap ini, DPL menjelaskan terkait tema KKN-PPM, peran dan kontribusi DPL dan Mahasiswa, teknis pelaksanaan, metode pelaksanaan, tugas serta output mahasiswa, terakhir melaksanakan pembagian sub kelompok berdasarkan domisili. Selanjutnya, mahasiswa melakukan diskusi bersama sub kelompok masing-masing mengenai sub tema yang akan dipilih, rancangan program kerja yang akan dilaksanakan, penyusunan timeline selama 1 bulan, serta pembagian jobdesk.

Setelah rencana kegiatan terbentuk, kami selaku mahasiswa melakukan diskusi lebih lanjut untuk membahas pelaksanaan survey ke lapangan yang mana hal ini dilakukan agar dapat menetapkan subjek KKN-PPM. Pada tanggal 9 Januari dilaksanakannya pengumpulan data (*assessment*) melalui wawancara dan diskusi di sepanjang jalan Sayang serta mencari

informasi dan data terkait UMKM di Kota Bandung secara daring. Pada saat pelaksanaannya, kami melakukan wawancara secara tatap muka dengan objek yang kami pilih di rumah narasumber yaitu usaha rumahan yang bernama “Pempek Rendy” dengan Ibu Elvira di Jl. Kolonel Ahmad Syam No.175, Sayang, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Selain wawancara dan diskusi, kami melakukan koordinasi dan konsultasi dengan Pak Agus sebagai DPL kami di setiap minggunya. Pada tanggal 21 Januari kami melakukan diskusi online terkait konsep video profile, foto produk, data primer strategi pemasaran.

b) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, kami melaksanakannya pada tanggal 23 Januari dan 01 Februari. Pada kurun waktu tersebut kami melaksanakan program kerja yang sudah dirancang, program kerja ini dilaksanakan setiap satu minggu sekali. Pada tanggal 07 Februari kami melakukan kunjungan terakhir sebagai bentuk ucapan terima kasih sekaligus pemberian banner. Setiap minggunya, kami juga rutin melaksanakan rapat daring bersama DPL guna memaparkan laporan terkait progres program kerja KKN-PPM.

Uraian lebih lanjut terkait pelaksanaan KKN-PPM yang kami lakukan. Dari hasil diskusi yang telah dilakukan, nama kegiatan sub-kelompok kami adalah “Rebranding UMKM “Pempek Rendy” Guna Menarik Pasar yang Lebih Luas”. Nama tersebut dipilih karena mempresentasikan bentuk kegiatan yang dilakukan. Perancangan rebranding diadakan untuk memperbaiki citra dan nilai produk Pempek Rendy agar dapat menarik pasar yang lebih luas. Adapun beberapa kegiatan yang kami lakukan antara lain melakukan diskusi, pembaharuan dan sosialisasi mengenai Rebranding Produk, Pembuatan Buku Panduan terkait Pendaftaran Usaha dan Pendaftaran Produk ke dalam suatu *marketplace* (Traveloka-Eats). Kegiatan ini kami laksanakan pada hari Minggu 23 Januari 2022 dan Selasa 1 Februari 2022.

Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan yang dilakukan antara lain Dosen Pendamping Lapangan selaku pihak yang membantu dan mengawasi selama program Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat berlangsung hingga berakhir, Mahasiswa khususnya pada Sub-Kelompok 1 KKN PPM Topik “Pemberdayaan Perempuan dalam Usaha Rumah Tangga” dan pelaku UMKM Pempek Rendy selaku pihak yang memberikan produk produknya untuk dijual dan dibantu pasarkan oleh kami.

Hasil capaian kegiatan yang kami lakukan antara lain melakukan pemaparan terkait konsep mengenai pembaharuan tampilan dan nuansa Instagram Pempek Rendy dengan desain yang lebih konsisten

¹ Fahrudin Adi, *Pemberdayaan, Partisipasi dan Penguatan Kapasitas Masyarakat*, Bandung: Humaniora, 2012, hlm. 16.

dan memanfaatkan beberapa fitur Instagram seperti *Stories*, *Instagram Stories*, dan *Feeds*. Kemudian pemberian sosialisasi dan pemberian buku panduan terkait pendaftaran legalitas usaha khususnya mengenai Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), Nomor Induk Berusaha (NIB), Sertifikat Produk Industri Rumah Tangga (PIRT), dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Selanjutnya memberikan arahan terkait pendaftaran Pempek rendy sebagai partner Traveloka-Eats, agar lebih dari orang bisa dengan mudah mengakses Pempek Rendy. Lalu ditutup dengan pemberian Banner sebagai konten pemasaran.

c) Tahap Tindak Lanjut Kegiatan

Pada kegiatan Program Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat ini, kami telah membantu Pempek Rendy untuk mengembangkan pengetahuan pelaku UMKM mengenai Digital Marketing, dan Pendaftaran UMKM ke pihak Dinas Koperasi UKM melalui buku panduan. Selain itu, karena adanya pelatihan yang sudah kami lakukan, pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan untuk mengembangkan dan memperluas pasar dari produknya. Berkat adanya kegiatan Rebranding UMKM Pempek Rendy, Ibu Elvira dan team Pempek Rendy tentunya akan terbantu untuk mengembangkan keterampilan. Dengan membantu usaha kecil menengah Pempek Rendy, setiap anggota memperoleh lebih banyak pengalaman tentang cara mengoptimalkan usaha, terutama usaha kecil di bidang makanan.

Setelah pelaksanaan KKN-PPM Integritas *Hybrid* ini terlaksana, kami melakukan diskusi baik secara daring dan luring untuk membahas lebih lanjut mengenai hasil pelaksanaan kegiatan, perencanaan pembuatan laporan, dan evaluasi kegiatan. Selain itu, dari dilaksanakannya KKN-PPM Integritas *Hybrid* membuat kami sadar bahwa pengembangan industri rumahan dan pemberdayaan perempuan merupakan suatu program yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas ekonomi di kalangan masyarakat.

SIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang dilaksanakan pada tanggal 7 Januari sampai 7 Februari dengan tema Pemberdayaan Perempuan Dalam Usaha Berbasis Rumah Tangga memiliki tujuan untuk membentuk karakter perempuan yang mandiri dan berdaya, khususnya para pemilik UMKM. Pelaksanaan KKN ini tentu tidak lepas dari rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pemilik UMKM, mahasiswa, dan Dosen Pembimbing Lapangan.

Seluruh kegiatan pemberdayaan dapat berjalan dengan baik walaupun tidak dapat memungkiri bahwa terdapat sedikit kendala seperti pemilik

UMKM yang hanya dapat ditemui pada akhir pekan, cuaca, serta pemahaman pemilik UMKM yang masih kurang terkait pemasaran produk di dunia digital. Namun, hal itu dapat teratasi dengan baik. Kami banyak melakukan diskusi dengan anggota kelompok dan DPL sehingga dalam pelaksanaan kegiatan dapat terlaksana sesuai dengan yang direncanakan.

Saran

Pelaksanaan KKN selanjutnya membutuhkannya standar untuk mengawasi dan mengevaluasi pengembangan usaha oleh pemilik UMKM agar program yang telah direncanakan dan dilaksanakan sebelumnya dapat terus dikembangkan dan berkelanjutan secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- BBC News Indonesia. (2020). Resesi ekonomi Indonesia: Pemerintah disarankan fokus "menangani pandemi" demi perbaikan ekonomi. Retrieved from [bbc.com https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-53152994](https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-53152994)
- Julita, L. (2020). Resesi Terburuk Dua Dekade: Gelombang Tsunami PHK di RI. Retrieved from CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201109094459-4-200273/resesi-terburuk-dua-dekade-gelombang-tsunami-phk-di-ri>
- Kementerian PPPA. (2020). GELIATKAN UMKM INDONESIA, PEREMPUAN JADI PAHLAWAN EKONOMI KELUARGA. Retrieved from [kemenpppa.go.id website: https://kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2972/geliatkan-umkm-indonesia-perempuan-jadi-pahlawan-ekonomi-keluarga](https://kemenpppa.go.id/website: https://kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2972/geliatkan-umkm-indonesia-perempuan-jadi-pahlawan-ekonomi-keluarga)
- Laoli, N. (2020). UMKM memiliki peran strategis menopang kebangkitan ekonomi di tengah pandemi Covid-19. Retrieved from nasional.kontan.co.id website: <https://nasional.kontan.co.id/news/umkm-memiliki-peran-strategis-menopang-kebangkitan-ekonomi-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Rahman, D. F. (2020). Economy rebounds to grow 3.69% in 2021. Retrieved from Jakarta Post. <https://www.thejakartapost.com/business/2022/02/07/economy-rebounds-to-grow-3-69-in-2021.html>
- UN Women. (2020). Statistics: Gender Pay Gaps in Indonesia. Retrieved from [asiapacific.unwomen.org website: https://asiapacific.unwomen.org/sites/default/files/Field Office ESEAAsiaDocs/Misc/2020/09/](https://asiapacific.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20ESEAAsiaDocs/Misc/2020/09/)

id-Gender-Pay-Gap-Statistic-in-Indonesia-September-2020.pdf

- Fahrudin, Adi. 2012. Pemberdayaan, Partisipasi dan Penguatan Kapasitas Masyarakat. Bandung: Humaniora.
- Saifulloh, M. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28–33.
- Seftiandy, S., & Sunaryo, R. (2018). Strategi Rebranding E-Commerce Blanja.com Meningkatkan Brand Awareness melalui Iklan Televisi. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 15(1), 29. <https://doi.org/10.36451/j.isip.v15i1.12>