



Adaptasi Usaha Rempeyek Merespon dampak Pandemi Korona, dengan Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan penghasilan Usaha

**Kemas Vivi Andayani¹, Dwi Amara L.F.², Dipa Anasta I³, Doni Septiawan⁴, Dodi Setiawan⁵,
Tria Dewi Ma'rifat⁶**

Program Studi Manajemen S1, Universitas Pamulang
dipaiskandar155@gmail.com, dosen01342@unpam.ac.id

Received 8 Agustus 2021 | Revised 30 September 21 | Accepted 29 Desember 2021

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Pandemi virus Corona memaksa kita semua untuk bisa bertahan dari segala macam cobaan, salah satunya ekonomi. Selama pandemi banyak masyarakat Indonesia yang terdampak, misalnya terkena pemutusan hubungan kerja (PHK). Dengan begitu penghasilan setiap bulannya pun terganggu. Pandemi Covid-19 telah melumpuhkan kegiatan ekonomi, terutama yang terdampak kebijakan pembatasan sosial untuk mencegah penyebaran virus korona jenis baru. Namun, di tengah kondisi seperti ini, ada saja peluang usaha baru yang bisa dimanfaatkan agar kegiatan usaha tetap berjalan dan berkembang. Oleh karena itu, memiliki penghasilan tambahan diinginkan banyak orang, apalagi di tengah pandemi virus Corona alias COVID-19. Salah satu yang bisa menghasilkan penghasilan tambahan adalah usaha atau berdagang. Salah satunya usaha Rempeyek, usaha ini dijalankan masyarakat di tengah pandemi Corona. Usaha tersebut tentunya dengan modal yang minim usaha Rempeyek ini bisa dijalankan walaupun dengan modal Rp 1 juta atau bahkan kurang. Jenis usaha tersebut merupakan makanan yang memiliki berbagai cita rasa sehingga mampu menarik banyak konsumen untuk membelinya. Usaha Rempeyek ini bagi masyarakat berpeluang mencatatkan keuntungan lumayan besar.

Kata kunci: Pandemi; PHK; Usaha; Rempeyek; Berkembang

Abstract

COVID-19 Pandemic has pushed us to survive from any challenge, economic sector is one of them. During pandemic many of Indonesian people affected to its impact, for instance they got layoffs from their workplace. Because of that it affected their income. COVID-19 Pandemic has knocked up economic sector, especially any sector that impacted by policy of social distancing to prevent newer type of Corona virus. But, in the middle of this condition, there's some opportunity to start a new business that could be utilized so any business can still doing its job and evolve. Therefore, many people wants to having additional income, moreover in the middle of COVID-19 Pandemic. Either one that can make additional income is business or bargaining. One of them is Rempeyek business, this business is running by people in this Pandemic condition. That could run with minimum capital or assets, Rempeyek business could be running although with Rp 1 million or even less. This type of business is on a food sector that have many taste so it could interest many consumer to buy it. This Rempeyek Business for any people has opportunity to make quite much profit.

Keywords: COVID-19 Pandemic; Layoffs; Business/bargaining; Rempeyek, Evolve

PENDAHULUAN

Analisis Situasi Permasalahan

Pandemi virus Corona memaksa kita semua untuk bisa bertahan dari segala macam cobaan, salah satunya ekonomi. Selama

pandemi banyak masyarakat Indonesia yang terdampak, misalnya terkena pemutusan hubungan kerja (PHK). Dengan begitu penghasilan setiap bulannya pun terganggu. Pandemi Covid-19 telah melumpuhkan

kegiatan ekonomi, terutama yang terdampak kebijakan pembatasan sosial untuk mencegah penyebaran virus korona jenis baru. Namun, di tengah kondisi seperti ini, ada saja peluang usaha baru yang bisa dimanfaatkan agar kegiatan usaha tetap berjalan dan berkembang.

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui cara menumbuhkan kreativitas berwirausaha yang berorientasi profit
2. Mengetahui beragam jenis Rempeyek yang selama ini belum banyak dioptimalkan masyarakat sehingga menjadikan produk "Rempeyek Banyak Rasa" yang digemari masyarakat, bergizi, dan bernilai jual.
3. Mengetahui cara pembuatan produk "Rempeyek Banyak Rasa" serta cara memasarkan produk secara online diberbagai social media sehingga transaksi tetap berjalan seperti biasa.

Manfaat Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegunaan program kreatifitas mahasiswa dalam bidang kewirausahaan kami adalah:

1. Menumbuh kembangkan daya kreatifitas mahasiswa dan masyarakat.
2. Membuka peluang usaha baru di tengah wabah COVID-19.
3. Menambah keberagaman jenis oleh – oleh masyarakat Tangerang dan memberi nilai jual terhadap produk.
4. Melatih kerjasama kelompok agar bisa menjadi tim dalam mengelola sebuah usaha yang mencakup bagaimana cara berinovasi dan pemasaran produk.

Luaran

Adapun luaran yang diharapkan dari Pengabdian Kepada Masyarakat bidang kewirausahaan ini adalah:

1. Terciptanya produk cemilan yang berciri khas, unik dan sehat yang digemari masyarakat.
2. Meningkatkan karya kreativitas inovatif mahasiswa dalam rangka bereksperimen dan menemukan hasil karya bermanfaat dan tepat guna bagi masyarakat.

3. Masyarakat mampu menyadari pentingnya internet sebagai media yang sangat berpengaruh terhadap pemasaran produk serta mahir dalam mengaplikasikanya dengan baik dan benar.

Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti "Seni dan Jenderal". Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.

Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata "pasar" yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah "pemasaran" yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk

atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual. Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, sebagai teori pasar. Kotler selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi ekonomi.

Strategi Pemasaran

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud. Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Pengertian lain mengatakan Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang terealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (formulation) yang di ikuti oleh pelaksanaan (implementation).

Konsep Strategi Pemasaran

Pengambilan sebuah keputusan mengenai biaya dalam pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran sehubungan dengan kondisi lingkungan dan kompetitif yang diharapkan. Strategi pemasaran adalah sebuah pola pikir pemasaran yang digunakan sebagai mencapai suatu tujuan pemasaran dan berisi strategi terperinci sebagai target pasar. Berikut konsep strategi pemasaran yang tercantum diantaranya ialah sebagai berikut: 1) Segmentasi Pasar, setiap konsumen yakni mempunyai sebuah kebiasaan dan kebutuhan yang sangat berbeda. Perusahaan tersebut, harus membagi pada sebuah pasar heterogen yang menjadi unit pasar yang homogen; 2) *Market Entry Strategy*, merupakan sebuah strategi dalam suatu perusahaan sebagai membuka suatu segmen pasar tersebut. Beberapa metode diantaranya ialah: membeli perusahaan lain, *internal development*, dan kerjasama dengan perusahaan lain; 3) *Market Positioning*, tidak ada sebuah perusahaan yang dapat

mengendalikan dalam seluruh pasar. Untuk alasan ini, pada sebuah perusahaan harus memiliki sebuah pola tertentu untuk mendapatkan suatu posisi yang kuat di pasar, yakni dapat memilih sebuah segmen yang begitu paling menguntungkan; 4) *Marketing Mix Strategy*, merupakan sekumpulan dengan berbagai variabel yang telah digunakan terhadap perusahaan sebagai mempengaruhi pada reaksi konsumen; dan 5) *Timing Strategy*, waktu dalam sebuah pemasaran yakni sangat penting. Perusahaan tersebut harus membuat dengan sejumlah persiapan yang baik terhadap bidang produksi dan dapat menentukan sebuah waktu yang tepat sebagai meluncurkan adanya sebuah produk di pasar.

METODE

Method pendekatan pada program yang dilaksanakan adalah:

1. Melakukan pendataan pada mitra sampai sejauh mana pemahaman mitra tentang Pemasaran produk sehingga dapat diketahui kondisi tentang analisis pasar dan pesaing usaha yang dijalankannya.
2. Melakukan pengajaran pertama berupa teori tentang dasar-dasar pemasaran, serta melakukan inovasi baru untuk meningkatkan kualitas produk yang memiliki nilai jual yang tinggi.
3. Melakukan pengajaran kedua berupa Praktek melalui gadget serta social media lainnya.
4. Mitra diberikan pendampingan dalam mempraktikkan inovasi yang telah diberikan oleh mahasiswa berupa membuat merk dagang pada usahanya.



Gambar 1. Metode Kegiatan Solusi Permasalahan

Solusi dari permasalahan ini adalah mengembangkan kemampuan wirausaha dalam memasarkan produknya melalui media online. Sehingga konsumen aman tetap menjaga protocol kesehatan serta distribusi produk yang dipasarkannya pun dapat berjalan dengan baik. Kegiatan dan hasil pelaksanaan Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) khusus ini ditujukan untuk mendapatkan luaran yang diharapkan. Kegiatan dan hasilnya dapat diungkapkan seperti Berikut:

1. Terciptanya produk cemilan yang berciri khas, unik dan sehat yang digemari masyarakat.
2. Meningkatkan karya kreativitas inovatif mahasiswa dalam rangka bereksperimen dan menemukan hasil karya bermanfaat dan tepat guna bagi masyarakat.
3. Masyarakat mampu menyadari pentingnya internet sebagai media yang sangat

berpengaruh terhadap pemasaran produk serta mahir dalam mengaplikasikannya dengan baik dan benar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil pelaksanaan PKM diukur berdasarkan jawaban peserta pelatihan dengan tentang: materi pelatihan, fasilitator, tempat pelatihan dan sajian/konsumsi selama pelatihan yang diukur menggunakan penilaian skala 1 sampai 5 berikut:

Tabel 1. Skala jawaban responden pelatihan

Skor	Kriteria
4,21-5,00	Sangat Baik
3,41-4,20	Baik
2,61-3,40	Cukup
1,81-2,60	Kurang
1,00-1,80	Kurang Skali

Tabel 2. Penilaian Responden Terhadap Pelaksanaan Pelatihan

No	Penilaian Kegiatan	5	4	3	2	1	Jmh	Skor	Rata- rata	Keterangan
A Materi Pelatihan										
1	Jelas dan mudah diikuti	13	4	2	0	0	19	87	4.58	Sangat Baik
2	Relevan dengan objektivitas pelatihan	12	5	2	0	0	19	86	4.53	Sangat Baik
Sub Total_1		25	9	4	0	0	38	173	4.55	Sangat Baik
B Fasilitator										
1	Penguasaan materi	13	4	2	0	0	19	87	4.58	Sangat Baik
2	Gaya penyampaian	12	5	2	0	0	19	86	4.53	Sangat Baik
3	Kejelasan dalam penyampaian	10	7	2	0	0	19	84	4.42	Sangat Baik
4	Kemampuan dalam menjawab pertanyaan	13	4	2	0	0	19	87	4.58	Sangat Baik
5	Penampilan	12	4	3	0	0	19	85	4.47	Sangat Baik
Sub Total_2		60	24	11	0	0	95	429	4.52	Sangat Baik
C Tempat Pelatihan										
1	Kenyamanan dalam belajar	10	7	2	0	0	19	84	4.42	Sangat Baik
Sub Total_2		10	7	2	0	0	19	84	4.42	Sangat Baik
D Sajian/Konsumsi										
1	Coffe break/snack	11	4	4	0	0	19	83	4.37	Sangat Baik
2	Makan Siang	9	3	7	0	0	19	78	4.11	Baik
Sub Total_2		20	7	11	0	0	38	161	4.24	Sangat Baik

No	Penilaian Kegiatan	5	4	3	2	1	Jmh	Skor	Rata- rata	Keterangan
	Kesimpulan Umum Pelatihan	115	47	28	0	0	190	847	4.46	Sangat Baik

5. Baik Sekali , 4. Baik, 3. Cukup, 2. Cukup, 1. Kurang Sekali

Berdasarkan hasil jawaban 19 responden dari 25 peserta pelatihan pada tabel di atas, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. **Materi pelatihan** yang meliputi kejelasan materi, mudah diikuti dan relevan dengan obyektivitas pelatihan yang dilaksanakan diperoleh skor nilai 4,55 dengan kriteria sangat baik karena terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.
2. **Fasilitator** pelatihan dalam hal penguasaan materi, gaya penyampaian, kejelasan materi, penampilan dan kemampuan menjawab pertanyaan peserta diperoleh skor nilai 4,52 dengan kriteria sangat baik karena terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.
3. **Tempat pelatihan** dalam hal ini kenyamanan peserta selama peserta mengikuti pelatihan tergolong sangat baik dengan skor nilai 4,42 dan terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.
4. **Sajian/konsumsi** dalam hal penyediaan coffee break/snak dan makan siang peserta diperoleh skor nilai 4,24 dengan kriteria sangat baik karena terletak diantara skor 4,21 sampai 5,00.

Dari hasil keseluruhan pelaksanaan pelatihan manajemen keuangan bagi usaha kecil dan menengah rata- rata keseluruhan diperoleh nilai 4,46 kategori pelatihan “sangat baik”. Adapun urutan evaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan dari yang tertinggi hingga terendah meliputi: materi pelatihan skor 4,55, fasilitator dengan skor 4,52, tempat pelatihan dengan skor 4,42 dan sajian/konsumsi dengan skor 4,24.

Pembahasan

1. Materi pelatihan yang meliputi kejelasan materi, mudah diikuti dan relevan dengan obyektivitas pelatihan yang dilaksanakan.
2. Fasilitator pelatihan dalam hal penguasaan materi, gaya penyampaian, kejelasan materi,

penampilan dan kemampuan menjawab pertanyaan peserta

3. Tempat pelatihan dalam hal ini kenyamanan peserta selama peserta mengikuti pelatihan tergolong
4. Sajian/konsumsi dalam hal penyediaan coffee break/snak dan makan siang peserta

Adapun dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

SIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di lingkungan RT.03 RW.01 Kp. Warung Mangga Kec. Pinang, Kota Tangerang, sangat bermanfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan kemampuan ekonomi keluarga dalam masa pandemic Covid 19. Oleh karena itu, kegiatan sejenis dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan menggali potensi produk-produk yang dapat dikembangkan di

lingkungan masyarakat sekitar Kampung Warung Mangga Kec. Pinang. Selain itu diperlukan adanya bantuan solusi untuk membantu pemasaran produk yang dihasilkan, agar dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat luas, sehingga akan meningkatkan ekonomi masyarakat menjadi lebih baik lagi. Secara keseluruhan kegiatan pelatihan yang meliputi: materi, fasilitator, tempat pelatihan, dan konsumsi mendapat respon sangat baik dari seluruh peserta. Sehingga pelatihan sejenis dapat terus dilaksanakan untuk membantu meningkatkan ekonomi usaha kecil dan menengah di lingkungan Kampung Warung Mangga Kec. Pinang.

Saran

Perlu adanya pelatihan berkelanjutan bagi masyarakat di lingkungan Kampung Warung Mangga Kec. Pinang dengan beberapa masukan peserta pelatihan:

1. Jumlah peserta diperbanyak.
2. Kegiatan pelatihan sering dilaksanakan.
3. Materi yang diberikan lebih bervariasi, meliputi pelatihan keterampilan, makanan, membuat maupun menganyam.
4. Waktu pelatihan bias ditambah/ diperpanjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Wikipedia.org. 2020. Strategi Pemasaran di https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran (di akses 1 Maret)
- M.Prawiro. 2018. Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, dan Contohnya di <https://www.mamxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html> (di akses 1 Maret)
- Kompas.com. 2021. Usaha Makanan Online di <https://www.kompas.com/food/read/2021/01/29/131700175/tips-mulai-usaha-makanan-online-dari-pengusaha-yang-sukses-saat-pandemi> (di akses 3 Maret)
- Mujaini. 2020. Cara Memulai Bisnis Online untuk Pemula dengan Modal Kecil di <https://www.kompasiana.com/mujaini/5fde8657d541df41d92d0b47/cara->

[memulai-bisnis-online-untuk-pemula-dengan-modal-kecil](#) (di akses 3 Maret)

Dani Saputro, Aris. 2020. Strategi Meningkatkan Penjualan untuk Mengalahkan Kompetitor Toko Online di <https://www.kompasiana.com/aris75717/5fcb289c8ede486ecc6746b2/strategi-meningkatkan-penjualan-untuk-mengalahkan-kompetitor-toko-online> (di akses 3 Maret)