



Pengembangan Usaha Mikro Melalui Media Promosi Dan Pemasaran Pada UMKM Pempek Leni

Agustina Widodo^{1*}, Dian Ayu Liana Dewi¹, Nurma Gupita Dewi¹, Fanisa Misma Syahputri¹, Nurul Mu'arifah¹

¹Universitas YPPI Rembang, Rembang, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:
Submit: 07 Juli 2025
Revisi: 07 Juli 2025
Diterima: 19 Juli 2025
Diterbitkan: 30 Juli 2025

Kata Kunci

Pemasaran, Media Promosi, UMKM

Correspondence

E-mail: agust_indonesia@yahoo.com*

A B S T R A K

Program Kuliah Kerja Usaha (KKU) bertujuan membantu pengembangan UMKM Pempek Leni milik Ibu Sri Handayani di Rembang, Jawa Tengah, yang beroperasi sejak 2016 namun terkendala oleh branding, promosi, dan pembukuan yang belum memadai. Kegiatan pengabdian ini melaksanakan empat program: (1) pembuatan banner profesional, (2) pembuatan akun media sosial (Facebook dan Grab) untuk pemasaran digital, (3) desain label/logo menarik, dan (4) penyusunan sistem pencatatan keuangan sederhana. Metode kualitatif melalui wawancara dan pendampingan partisipatif diterapkan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan menerapkan solusi. Hasilnya, UMKM ini kini memiliki identitas merek yang lebih kuat, jangkauan pemasaran yang meluas melalui media sosial, serta pembukuan yang terstruktur. Dampaknya, Pempek Leni dapat bersaing lebih baik di pasar lokal, menegaskan peran pendampingan dalam pemberdayaan UMKM berbasis pemasaran dan manajemen.

Abstract

The Kuliah Kerja Usaha (KKU) program aims to support the development of Pempek Leni, a small business (UMKM) owned by Mrs. Sri Handayani since 2016 in Rembang, Central Java. Despite its long-standing operation, the business lacks proper branding, promotional media, and financial bookkeeping, limiting its market reach. This community service initiative implemented four key programs: (1) designing a professional banner, (2) creating social media accounts (Facebook and Grab) to enhance digital marketing, (3) developing an attractive product label/logo, and (4) establishing a simple financial recording system. Through qualitative methods such as interviews and participatory action, the team addressed these gaps, resulting in improved brand identity, expanded online presence, and streamlined financial management. The intervention empowered Pempek Leni to compete more effectively in the local market, demonstrating the importance of integrated marketing and organizational tools for UMKM growth.

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



1. Pendahuluan

Pempek Leni merupakan salah satu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Usaha ini didirikan dan dikelola secara mandiri oleh Ibu Sri Handayani yang beralamat di Jl. Pemuda No. 54, Tawang Sari Leteh, Kecamatan Rembang. Berdiri sejak satu tahun yang lalu, usaha ini masih dalam tahap awal pengembangan dan dijalankan secara sederhana tanpa melibatkan tenaga kerja di luar anggota keluarga. Produksi dilakukan di rumah bersama anak beliau, tanpa bantuan karyawan tetap.

Produk utama yang ditawarkan adalah pempek rumahan yang diproduksi tanpa bahan pengawet, sehingga lebih higienis dan aman untuk dikonsumsi. Selain pempek, usaha ini juga menyediakan menu lain seperti nasi pecel, soto, dan nasi rames dengan harga yang terjangkau. Hingga saat ini, Pempek Leni telah memiliki sejumlah pelanggan tetap yang menjadi kekuatan awal dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.

Namun demikian, usaha ini masih menghadapi beberapa kendala, seperti minimnya inovasi rasa, kemasan produk yang kurang menarik, proses produksi yang cukup memakan waktu, serta keterbatasan jangkauan pemasaran. Peluang pengembangan usaha ini cukup besar, mengingat tingginya minat masyarakat terhadap produk pempek, baik dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Selain itu, lokasi penjualan yang strategis dan mudah diakses juga menjadi nilai tambah. Di sisi lain, terdapat beberapa tantangan yang perlu dihadapi, seperti banyaknya produk sejenis di pasaran, terutama pempek beku dan instan, serta risiko kejenuhan konsumen terhadap variasi rasa yang monoton.

Sebagai bentuk kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM, kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang diselenggarakan oleh Universitas YPPI Rembang bertujuan untuk menjembatani ilmu teori yang diperoleh mahasiswa di bangku kuliah dengan praktik langsung di lapangan. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan mampu mendampingi pelaku UMKM dalam mengidentifikasi permasalahan yang ada serta memberikan solusi yang tepat guna meningkatkan daya saing usaha. Kegiatan KKU ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya secara lebih profesional dan berdaya saing.

2. Metode Pelaksanaan

Program Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilaksanakan di UMKM Pempek Leni dilakukan melalui beberapa tahapan terstruktur, dengan pendekatan partisipatif antara mahasiswa dan pemilik usaha. Langkah-langkah pelaksanaannya sebagai berikut:

2.1 Pra-Survei dan Perizinan Lokasi

Tahap awal dimulai dengan kunjungan dosen pembimbing lapangan (DPL) dan peserta KKU ke lokasi UMKM untuk melakukan observasi awal serta meminta izin pelaksanaan program pendampingan.

2.2 Identifikasi Permasalahan UMKM

Mahasiswa melakukan wawancara dan diskusi langsung dengan pemilik UMKM guna mengidentifikasi berbagai permasalahan yang sedang dihadapi. Hasil identifikasi ini menjadi dasar perencanaan program solusi dan pendampingan.

2.3 Penguatan Identitas Visual Usaha

Tim KKU membantu dalam pembuatan banner atau papan nama yang lebih menarik dan profesional untuk meningkatkan daya tarik dan visibilitas usaha di mata konsumen.

2.4 Desain Label Produk

Mahasiswa juga merancang dan membuat label kemasan produk agar tampil lebih menarik, mudah dikenali, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

2.5 Digitalisasi Pemasaran melalui Layanan Pemesanan Online

Untuk memperluas jangkauan pasar dan memberikan kemudahan bagi konsumen, dilakukan pembuatan akun pada platform layanan pesan antar makanan daring.

2.6 Peningkatan Pemasaran Digital melalui Media Sosial

Mahasiswa mendampingi UMKM dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial seperti Facebook, sebagai salah satu upaya memperluas jangkauan promosi secara online.

2.7 Penyusunan Sistem Pembukuan Keuangan Sederhana

Tim KKU menyusun sistem pencatatan keuangan sederhana guna membantu pelaku usaha dalam memantau pengeluaran dan pemasukan serta mengevaluasi perkembangan usaha secara berkala.

2.8 Monitoring dan Evaluasi Program oleh DPL

Dosen pembimbing lapangan melakukan kunjungan lapangan untuk memastikan bahwa program telah dijalankan sesuai rencana dan mengevaluasi efektivitas kegiatan mahasiswa selama proses pendampingan.

2.9 Implementasi Hasil Pendampingan

Beberapa hasil program seperti pemasangan banner, pelabelan produk, serta aktivasi akun daring diimplementasikan langsung di lokasi usaha bersama pemilik UMKM.

2.10 Penutupan Program dan Penyerahan Cenderamata

Sebagai penutup, dilakukan kunjungan akhir ke lokasi UMKM sebagai bentuk perpisahan, serta penyerahan cenderamata dari institusi sebagai bentuk apresiasi atas kerja sama selama pelaksanaan program.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan pendampingan KKU Universitas YPPI Rembang pada UMKM "Pempek Leni" adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan Banner atau Papan Nama

Terpasangnya Banner akan membuat produk dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar.1 Banner Produk

2. Pembuatan Label Produk

Pembuatan label produk akan membuat pelanggan lebih tertarik untuk membeli produk tersebut dan juga supaya produknya lebih dikenal oleh masyarakat.



Gambar2. Label Produk

3. Pembuatan Akun Facebook

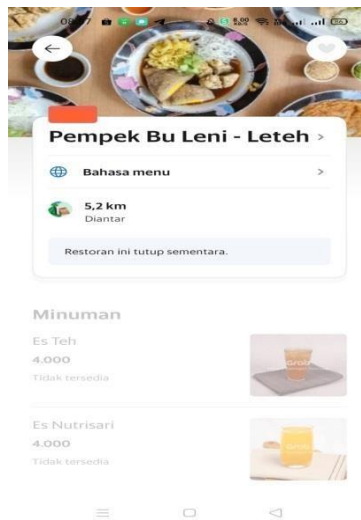
Pembuatan Akun Facebook dapat memudahkan untuk mempromosikan produknya secara online melalui media sosial



Gambar 3. Akun Facebook

4. Pembuatan Akun Grab Food

Pembuatan Akun Grab Food akan memudahkan konsumen untuk membeli dari rumah tanpa ke warung tempat UMKM tidak hanya memudahkan konsumen tetapi juga dapat digunakan sebagai media pemasaran.



Gambar 4. Grab dan Facebook

5. Pembuatan Pembukuan Keuangan

Pembuatan keuangan dapat membantu mengontrol biaya pemasukan dan juga pengeluaran UMKM.



Gambar 5. Pembukuan keuangan

4. Kesimpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilaksanakan pada UMKM Pempek Leni telah membuktikan bahwa pendampingan berbasis pemasaran digital dan manajemen keuangan sederhana mampu memberikan dampak signifikan bagi pengembangan usaha mikro. Melalui implementasi empat program utama - pembuatan banner profesional, desain label produk yang menarik, pembuatan akun media sosial (Facebook dan Grab Food), serta penyusunan pembukuan keuangan - UMKM ini berhasil meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, dan mengoptimalkan pengelolaan keuangan. Pemanfaatan platform digital khususnya memberikan hasil yang cukup menggembirakan, dimana akun Facebook dan Grab Food berhasil menjadi sarana promosi yang efektif sekaligus saluran penjualan baru. Pembenahan aspek branding melalui banner dan label produk juga turut memperkuat identitas usaha di mata konsumen. Sementara itu, penerapan pembukuan keuangan sederhana telah membantu pemilik usaha dalam memantau arus kas secara lebih terstruktur.

Meskipun dalam pelaksanaannya sempat menghadapi kendala teknis seperti kesalahan pencantuman alamat pada label produk dan kesulitan dalam mengunggah menu di platform Grab Food, tim berhasil mengatasi masalah tersebut melalui solusi praktis seperti pencetakan ulang label dan pendampingan teknis. Keberhasilan program ini semakin menguatkan pentingnya adaptasi teknologi dan manajemen modern bagi UMKM, khususnya di era digital seperti sekarang. Untuk memastikan keberlanjutan hasil yang telah dicapai, disarankan agar Pempek Leni secara konsisten mengelola akun media sosialnya, terus melakukan inovasi produk, serta aktif menjalin kerjasama dengan pelaku usaha lainnya untuk memperluas jaringan pemasaran. Pengalaman dari kegiatan KKU ini juga layak dijadikan sebagai model pendampingan yang dapat direplikasi untuk pengembangan UMKM-UMKM lain di wilayah Rembang dan sekitarnya, khususnya dalam menghadapi tantangan di bidang pemasaran dan manajemen usaha.

Daftar Pustaka

- [1] Lukiarti, Ming Ming, dan Agustina Widodo, "Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Pada Kelompok Alumni STIE YPPI Rembang," *Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 7-13, 2022.
- [2] Tim Penyusun, *Buku Pedoman Kuliah Kerja Usaha*, tidak dipublikasikan, Universitas YPPI Rembang, 2023.
- [3] Vela, Regina, *Pengembangan Usaha Melalui Strategi Pemasaran pada UMKM Pia "Mas Put" di Desa Karangsari, Dukuh Brabo RT.02/RW.04 Kecamatan Sulang*, Laporan Kuliah Kerja Usaha, Universitas YPPI Rembang, 2022.
- [4] Widodo, Agustina, Nabilah Nur Rosyiqoh, dan Azizah Tunnikmah, "Pengembangan Pemasaran UMKM Kacang Cap Bunga Mawar di Desa Sumbergirang Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang," *Jurnal Buletin Abdi Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 133-140, 2024.
- [5] Widodo, Agustina, Nabilah Nur Rosyiqoh, dan Azizah Tunnikmah, "Pengembangan Pemasaran UMKM Kacang Cap Bunga Mawar di Desa Sumbergirang Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang," *Jurnal Buletin Abdi Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 133-140, 2024.