

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia**Volume 2, Nomor 4, July 2023****ISSN: 2986-7002****DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8191451>****Peningkatan Kualitas Produk dan Akses Pasar Rengginang Weamommy**

Novi Maryam Lempao¹, Mikhael Jibrael Balo¹, Sanny Feria Juliana^{1*}, Anjelina mamase¹, Gratesia Langkamuda¹, Siti Haja Ngasa¹, Yanfani¹, Ismael Bitibalyo¹, Feliks Arfid Guampe¹, Abdi Sakti Walenta¹, Nurfhin Ilma Bunga¹

¹Universitas Kristen Tentena, Jl. Trorulemba No 21. Tentena

*Email korespondensi: shany.sfj@gmail.com

Abstrak

Rengginang adalah makanan ringan berbahan dasar beras yang berbentuk kotak dengan diameter 4-6 cm, memiliki rasa yang gurih dan bertekstur renyah. Selama ini UMKM rengginang nenek Kesya mengalami kesulitan dalam meningkatkan jumlah produksinya, hal itu dikarenakan teknologi yang digunakan untuk memproduksi rengginang masih sederhana. Masalah selanjutnya adalah masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui produksi rengginang pada nenek Kesya. Metode pendampingan yang dilakukan terhadap usaha rengginang pada nenek Kesya terdiri dari tiga aspek yakni pendampingan aspek produksi, aspek pengemasan dan aspek manajemen usaha dan pemasaran. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa usaha rengginang weamommy memiliki pasar yang potensial diperoleh pengembangan usaha rengginang dari rasa original menjadi rengginang rasa kacang. Daya tahan produk dapat dicapai dengan menggunakan kemasan plastik yang mempunyai perekat. Selanjutnya jangkauan akses pasar dapat ditingkatkan melalui strategi pemasaran melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp.

Kata Kunci: Rengginang, Produksi, Pemasaran

Abstract

Rengginang is a rice-based snack in the form of a box with a diameter of 4-6 cm, has a savory taste and crunchy texture. So far, MSMEs in Kesya's grandmother's rengginang have difficulty in increasing the amount of production, it is because the technology used to produce rengginang is still simple. The next problem is that there are still many people who do not know the production of rengginang in Kesya's grandmother. The method of assistance carried out on the rengginang business for Kesya's grandmother consists of three aspects, namely assistance in production aspects, packaging aspects and aspects of business management and marketing. The results of this service show that the weamommy rengginang business has a potential market to obtain the development of the rengginang business from original taste to peanut flavor rengginang. Product durability can be achieved by using plastic packaging that has adhesives. Furthermore, the reach of market access can be increased through marketing strategies through social media such as Facebook, Instagram, WhatsApp.

Keywords: Rengginang, Production, Marketing

PENDAHULUAN

Sektor industri merupakan komponen utama dalam pembangunan ekonomi Nasional. Sebagai negara yang sedang berkembang, peranan industri dalam perekonomian negara Indonesia sangatlah diperlukan untuk meningkatkan stabilitas ekonomi negara. Industri yang berperan dalam kemajuan tersebut tidak saja industri dengan skala besar

tetapi industri kecil dan industri rumah tangga juga memiliki peranan yang tidak kalah penting dalam laju roda perekonomian negara (Sedyastuti, 2018; Surya, 2021).

Peranan usaha kecil dalam perekonomian Indonesia dirasakan sangat penting, terutama dalam aspek-aspek seperti kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi di pedesaan adalah industri kecil dan industri rumah tangga. Usaha untuk mengembangkan industri kecil dan industri rumah tangga di pedesaan merupakan langkah yang tepat sebagai salah satu instrument kebijakan pemerintah untuk menanggulangi masalah-masalah ekonomi dan sosial yang dihadapi Indonesia setiap hari (Kadeni & Srijani, 2020).

Iklim usaha kecil cukup dominan di Kelurahan Tendeadongi Kecamatan Pamona Utara. Selain berkonsentrasi pada sektor pertanian, masyarakat di Kelurahan Tendeadongi juga berkonsentrasi pada sektor industri kecil meliputi industri makanan seperti industri rengginang, gorengan, kue basa, dan lain-lain juga industri sandang seperti industri online seperti Tas, Pakaian, dan lain-lain. Kelurahan Tendeadongi cukup produktif dalam industri kecil terutama industri makanan salah satunya adalah industri rengginang. Industri rengginang merupakan industri yang cukup besar jika melihat ukuran industri kecil dimana jangkauan pemasarannya tidak hanya terbatas di dalam daerah tersebut

Rengginang merupakan salah satu makanan tradisional Kabupaten Poso. Pembuatan rengginang sendiri pada umumnya hanya ditunjukkan untuk konsumsi sendiri terutama untuk acara-acara penting seperti acara pernikahan, pengucapan syukur panen padi, dan hari raya juga sebagai oleh-oleh tamu yang datang (Nenek Keisya, wawancara tanggal 05 Ferbuari 2022). Masyarakat kelurahan Tendeadongi pada saat itu belum memiliki inisiatif untuk menjual rengginang karena rengginang di anggap sebagai makanan yang tidak bisa di jadikan sebagai makanan yang tidak bisa dijadikan sebagai komoditi perdagangan.

Tidak ada yang tahu persis siapa yang pertama kali memiliki ide untuk membuat rengginang, resep dan keahlian membuat rengginang pada umumnya pengusaha peroleh dari pendahulu mereka. Di kelurahan Tendeadongi orang pertama yang membuat rengginang sebagai barang dagangan adalah nenek Keisya. Sebelum membuat usaha rengginang nenek Keisya adalah seorang ibu rumahtangga. Keahlian membuat rengginang ia dapatkan dari pendahuluannya yaitu ibu dan nenek knya. Untuk memanfaatkan keahlian yang ia miliki, kegiatan membuat rengginang ia lakukan diantara pekerjaan rumah tangganya. Nenek Keisya menjalankan bisnis rengginang dari tahun 2001 sampai sekarang. Awalnya hanya di jalankan di sekitar kelurahan Tendeadongi.

Rengginang beras nenek Keisya diproduksi masih rengginang beras dengan rasa original dan belum ada pengembangan baik dari rasa dan bentuk. Kualitas rengginang beras yang dihasilkan pengusaha kecil sangat berpengaruh pada aspek pemasaran. Selama ini segmen pasar rengginang beras produksi nenek Keisya 90 % untuk pasar tradisional Tentena ataupun kenalan yang membutuhkannya. Rengginang beras nenek Keisya dijual dengan kemasan plastik tipis dan tanpa menggunakan merek produk. Gambar kemasan rengginang dapat di lihat di gambar 1.



Gambar 1. Rengginang kemasan plastik tanpa perekat

Selain itu pemasarannya belum di promosikan lewat media pemasaran misalnya brosur, kemasan yang bermerek dan ada kualitas perlu diimbangi dengan peningkatan pemasaran. Berdasarkan hasil identifikasi dan analisis situasi ditemukan beberapa permasalahan yang perlu segera dicari solusi alternatifnya, antara lain:

1. Permasalahan proses produksi. Permasalahan dalam proses produksi yaitu rengginang hanya dipasarkan dalam satu varian rasa. Sementara jika dilihat dari potensinya, produk rengginang bisa di kembangkan menjadi dua rasa. Produksi rengginang juga hanya di lakukan jika ada yang memesannya.
2. Permasalahan Pengemasan. Permasalahan dalam proses pengemasan yaitu pengemasan Rengginang hanya menggunakan plastik tipis biasa yang tidak mempunyai perekat kuat dan tidak mempunyai stiker produk.
3. Permasalahan Pemasaran. Pada kenyataannya pemasaran produk Rengginang nenek Keisya masih cukup terbatas karena kurangnya program promosi yang dilakukan. Sementara itu potensi produk untuk dipasarkan kepada masyarakat luas sangatlah memungkinkan. Maka diperlukan media promosi yang praktis untuk menangani pemasaran tersebut sehingga memperoleh segmen pasar yang lebih luas.

Berdasarkan kesepakatan antara Anggota KKN, prioritas dari masalah yang akan diselesaikan adalah sebagai berikut :

1. Permasalahan produksi diselesaikan dengan menambah varian rasa Rengginang yaitu rasa Kacang.
2. Permasalahan pengemasan diselesaikan dengan menciptakan nama usah dengan membuat stiker produk dan merubah kemasan produk menjadi plastik kemasan yang tebal dan mempunyai perekat sehingga mempermudah konsumen untuk membawa ketika dalam perjalanan. Dari kegiatan ini diharapkan dapat memperluas pasar dan meningkatkan permintaan.
3. Permasalahan pemasaran diselesaikan dengan membuat media pemasaran produk melalui Instagram, Facebook, dan WhatsApp dan membuat spanduk.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada bulan Maret sampai April Tahun 2022. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka untuk menanggulangi masalah tersebut dilakukan tahapan sebagai berikut:

1. Aspek Produksi. Untuk peningkatan produksi dilakukan strategi produksi dengan menambah varian rasa Rengginang yaitu rengginang weamommy rasa kacang.
2. Aspek Pengemasan. Untuk meningkatkan daya tahan penyimpanan rengginang dan menambah daya tarik pembeli dilakukan cara dengan mengganti plastik pengemas yang lama dengan plastik pengemas yang tebal yang dilengkapi dengan perekat dan menambah stiker produk pada kemasan.
3. Aspek Manajemen Usaha dan Pemasaran. Untuk peningkatan pemasaran dilakukan beberapa strategi, antara lain: 1) Pembuatan desain kemasan yang lebih menarik dengan dilengkapi stiker produk. Contoh stiker produk yang di gunakan di gambar 2) Melakukan promosi melalui berbagai cara : Lewat Facebook, Instagram, WhatsApp, dan membuat spanduk. Hal ini dilakukan untuk perluasan jaringan pemasaran dan segmen pasar.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Segmen pasar untuk produk rengginang Weamommy ini belum terlalu besar atau luas secara jumlah, walaupun secara presentasi dari total populasi penduduk di Pamona utara masih kecil. Segmen pasar yang dituju produk rengginang weamommy ini adalah seluruh masyarakat Kabupaten Poso, baik di perkataannya maupun di pedesaan.

Berdasarkan data dari sensus penduduk tahun 2017, Kabupaten Poso memiliki jumlah penduduk 244.875 jiwa dan jumlah ini akan terus mengalami peningkatan. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, maka pertumbuhan kebutuhan konsumsi rengginang juga akan meningkat seiring berjalannya waktu. Total produksi rengginang weamommy selama 1 bulan mencapai 50 bungkus.

Target pasar rengginang weamommy adalah orang-orang tua, ibu-ibu, dan anak-anak muda yang suka dengan rasa klasik, renyah dan gurih. Pasar yang cukup potensial adalah seputaran Kabupaten Poso. Target pasar rengginang weamommy adalah dari semua kalangan usia yang menyukainya.

Kue rengginang weamommy merupakan kue kering yang sudah lama berada di Kabupaten Poso. Rengginang weamommy ini menggunakan bahan yang terbaik sehingga rasa dari rengginang weamommy ini berbeda dengan yang lainnya. Rasanya yang manis dan dipadukan bersama kacang membuat rengginang weamommy ini berbeda dari kue kering yang lainnya yang rasanya sedikit asam.



Gambar 2. Stiker produk

Hasil yang diberikan kepada pelaku UMKM berdasarkan permasalahan di lapangan dan solusi yang di tawarkan untuk mengatasi permasalahan meliputi: 1) Aspek Produksi, 2) Aspek Pengemasan, 3) Aspek Manajemen Usaha dan Pemasaran.

Pada aspek produksi juga di buat pengembangan rengginang dengan dua varian rasa yaitu: rasa original dan rasa kacang. Untuk mendapatkan kualitas dari aspek mutu di dalam pengemasan digunakan plastik pengemas yang mempunyai perekat sehingga dapat meningkatkan daya tahan produk rengginang. Dengan menggunakan plastik pengemas ini daya tahan rengginang akan mencapai lebih dari 1 bulan. Contoh kemasan yang digunakan di gambar 3. Untuk meningkatkan kualitas yang rengginang yang baik di gunakan tambahan tuak asam yang telah disimpan selama 1 tahun. Kegiatan ini dilakukan untuk merekatkan gula aren dengan beras kering yang telah di goreng, dan menambah daya tahan produk hingga 1 bulan lebih.

Sedangkan untuk mengetahui kualitas dari aspek kesukaan menggunakan uji hedonik. Uji kesukaan di dapatkan dari komentar konsumen terhadap produk rengginang weamommy sehingga dari hal tersebut di dapatkan rasa yang sesuai selera konsumen dan resep ini selanjutnya ditetapkan sebagai resep standar rengginang weamommy produksi nenek Keisya.

Peningkatan kapasitas produksi dan kualitas perlu diimbangi dengan peningkatan pemasaran antara lain: 1) Pembuatan desain kemasan yang lebih menarik dengan dilengkapi stiker produk. 2) Melakukan promosi melalui berbagai cara : Lewat Facebook, Instagram, WhatsApp, membuat spanduk dan mengikuti pameran. Hal ini dilakukan untuk perluasan jaringan pemasaran dan segmen pasar, dimana pemasaran produk tidak hanya untuk pasar tradisional tetapi juga untuk sasaran lainnya dan boleh dikenal oleh masyarakat di luar sekitar Tentena; 3) Pembuatan kemasan dan desain kemasan yang lebih menarik.

Untuk meningkatkan aspek kualitas di dalam pengemasan, diimplementasikan model pengemas menggunakan plastik tebal yang telah dilengkapi dengan perekat serta stiker produk untuk meningkatkan daya tarik produk. Gambar implementasi kemasan yang dilakukan adalah seperti gambar berikut.



Gambar 3. Kemasan Produk

Penentuan harga diberikan dengan memperhitungkan tingkat daya beli konsumen target pasar. Harga yang telah ditetapkan yaitu per kaleng besar Rp. 300.000 rasa original, varian kacang dipatok dengan harga Rp.350.000, harga untuk bungkusan kecil rasa original Rp.20.000 dan untuk varian kacang 25.000. Harga ini lebih murah dibandingkan harga produk rengginang lainnya. Promosi dan distribusi dilakukan dengan berbagai cara diantaranya melalui sosial media online website resmi, fans page di Facebook dan akun Instagram.

KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian pengabdian yang dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa rengginang weamommy memiliki pasar yang potensial. Kegiatan pengabdian ini mengembangkan rengginang dari rasa original dengan rengginang rasa kacang. Untuk meningkatkan daya tahan produk maka digunakan plastik pengemas yang mempunyai perekat. Tim juga berhasil mendorong strategi pemasaran melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp. Harga terhadap produk rengginang ini juga lebih murah dan menjadi lebih kompetitif. Saran dari pengabdian ini adalah : a) Produksi rengginang weamommy dengan dua varian rasa perlu dilanjutkan untuk peningkatan pendapatan usaha. c) Kemasan produk dengan plastik berperekat perlu digunakan karena selain lebih ekonomis kemasan ini mempunyai daya tahan penyimpanan hingga beberapa bulan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Kristen Tentena, Pimpinan serta jajaran kelurahan Tendeadongi yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian ini. Tim juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Nenek Keisya yang telah menerima ide dan masukan kami untuk meningkatkan produksi dan daya tarik rengginang weamommy.

Referensi

Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>

- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Surya, A. (2021). Analisis Faktor Penghambat Umkm Di Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 342–350. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i2.354>