

PENGEMBANGAN USAHA RENGGINANG SEBAGAI PELUANG PENINGKATAN UMKM DESA BATULAYANG, KABUPATEN BANDUNG BARAT

Aulia Nanda¹, Syalma Nurindah Al-Azhary², Mayshafira Listianingsih³

¹⁻³Universitas Telkom, Indonesia

ABSTRAK

Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD) DPM KEMA FIT 2022 menasar masyarakat produsen rengginang di Kampung Cikakak, Desa Batulayang, Kecamatan Cililin, Kabupaten Bandung Barat. Permasalahan yang dialami oleh produsen rengginang yaitu dalam pendistribusian produk, sehingga upaya yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan angka penjualan melalui media online yaitu *Shopee* dan pemasaran melalui media sosial *Instagram*. Selain itu, dibuatkan sebuah website katalog yang berisi produk khas Cililin yang akan langsung terhubung ke *Shopee* dan *Whatsapp*. Mitra yang kami sasar adalah masyarakat produsen rengginang desa Cikakak yang tercatat telah ada 14 mitra dengan satu mitra utama yaitu Rengginang Cipta Rasa. Penjualan dilakukan selama 2 bulan yaitu pada bulan Oktober-November yang tercatat sebanyak 34 bungkus rengginang. Sejauh ini, penjualan dilakukan dengan *Shopee* dan *Google Form*. Penambahan *Google Form* sebagai bentuk efisiensi untuk masyarakat di sekitar Telkom University. Kendala yang dihadapi setelah kegiatan adalah masyarakat yang seringkali lupa mengenai cara pengoperasian website. Sehingga, dibuatkan *manual book* untuk mempermudah mitra dalam penggunaan website.

ABSTRACT

The DPM KEMA FIT 2022 Village Community Empowerment Program (P2MD) targeted the rengginang producer community in Cikakak Village, Batulayang Village, Cililin District, West Bandung Regency. The problem experienced in producing rengginang is product distribution. So, efforts are made to increase sales online using *Shopee* and marketing through *Instagram* social media. In addition, a catalog website containing typical Cililin products was created which will be directly connected to *Shopee* and *Whatsapp*. Our target partners are the rengginang producers of Cikakak village, of which there are 14 partners with one main partner, Rengginang Cipta Rasa. Sales for 2 months, October-November, were recorded at 34 packs of rengginang. So far, sales have been made with *Shopee* and *Google Form*. The addition of *Google Form* is a form of efficiency for the community around Telkom University. The obstacle faced after the activity is that people often forget about how to operate the website. So, a manual book was made to make it easier for partners to use the website.

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci:

P2MD, website, katalog, rengginang, UMKM

*Correspondent Author:

Mayshafira Listianingsih

Email: mayshafira65@gmail.com

Keywords:

P2MD, website, katalog, rengginang, UMKM

Pendahuluan

Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dipimpin oleh mahasiswa melalui Badan Eksekutif Mahasiswa atau Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) merupakan pengertian dari Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD) yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran peduli terhadap mahasiswa dan memberikan kontribusi kepada masyarakat desa untuk membangun desa yang mendukung dinamika. dan mandiri, berjiwa wirausaha dan sejahtera (Kementerian Pendidikan, 2023). Ekonomi rakyat yang memiliki lingkup kecil yang berdiri sendiri dan dikelola oleh perorangan atau kelompok merupakan pengertian dari Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM) (Suryati, 2021). UMKM umumnya memiliki keunggulan di sektor yang mengandalkan sumber daya alam dan tenaga kerja yang melimpah, seperti pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan industri restoran (Sawitri, Fahrizal, Rahmayanti, & Oktapianti, 2022). UMKM memegang peranan krusial dalam pertumbuhan ekonomi negara. Peran utama UMKM adalah untuk memenuhi permintaan masyarakat akan produk yang berkualitas lebih baik serta menciptakan peluang kerja baru yang dapat meningkatkan pendapatan di tingkat lokal (Alfiansyah, Aisyah, Rosmaningsih, & Muthiarsih, 2023).

Pemasaran digital adalah upaya promosi dan pencarian pelanggan yang dilakukan melalui platform digital dengan memanfaatkan berbagai media sosial yang dapat mencapai audiens dari berbagai lapisan masyarakat tanpa terbatas oleh waktu dan geografis (Pramita, et al., 2023). Pemasaran digital mengubah cara pemasaran menjadi lebih interaktif dan menyeluruh, memungkinkan kolaborasi antara produsen, perantara pasar, dan mempermudah pebisnis dalam memantau serta memenuhi kebutuhan dan keinginan calon konsumen. Di sisi lain, ini juga memberikan kemudahan bagi calon konsumen dalam mencari dan mengakses informasi tentang produk yang mereka inginkan (Afendi, Fitri, & Firdiyanti, 2022).

Kampung Cikakak, Desa Batulayang menjadi mitra sasaran P2MD DPM FIT 2022. Hal ini di latarbelakangi oleh permasalahan yang terjadi pada kampung tersebut yaitu banyaknya warga yang menjadi produsen rengginang tetapi dalam hal pemasarannya masih dalam lingkup kecil atau dari mulut ke mulut dan hanya pada masyarakat sekitar. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukannya sebuah gagasan yang dapat memperluas penjualan dan pemasaran dari produk-produk tersebut. Gagasan tersebut diantaranya: (1) memodifikasi cara penjualan, (2) memodifikasi kemasan, (3) memodifikasi logo, dan (4) membuat website katalog yang berisi produk-produk dari para mitra UMKM.

Metode

Pengabdian masyarakat ini berada di kawasan Kampung Cikakak Desa Batulayang Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat. Dalam pengabdian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif (Riyanthi Idayua, 2021). Tujuan dari metode kualitatif adalah untuk menggali pemahaman dan interpretasi makna tindakan manusia dalam situasi khusus (Adisel, 2015). Dalam metode ini, digunakan pendekatan berpikir induktif dengan mengumpulkan data langsung dari lapangan. Teori-teori yang dijelaskan dalam tinjauan pustaka menjadi panduan untuk memastikan bahwa pengabdian ini tetap terfokus dan tidak mengalami penyimpangan (Adisel, 2015).

Berikut merupakan metode pengumpulan data yang digunakan:

1. Observasi dan Wawancara

Metode pengumpulan data dimana melibatkan interaksi langsung dengan responden yang tujuannya untuk mengumpulkan informasi mengenai isu-isu yang ada serta terjun kelapangan untuk mensurvey permasalahan yang ada di Desa Batulayang, wawancara terbagi menjadi dua ialah wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur (Nurul Mardhiah Sitio, 2023).

Dalam pengabdian ini, metode wawancara terstruktur akan digunakan. Peneliti sudah memiliki pemahaman tentang informasi yang diperlukan selama proses wawancara dan telah menyiapkan kumpulan pertanyaan yang akan diajukan kepada responden (Nurul Mardhiah Sitio, 2023). Teknik ini digunakan untuk mengkaji permasalahan UMKM yang ada di Batulayang.

2. Dokumentasi

Langkah ini dilakukan berupa dokumen dan data pendukung yang berkaitan dengan kegiatan ini. Yang digunakan untuk dipublikasikan secara berkala ke media sosial.



Gambar 1 Roadmap Kegiatan

Kegiatan P2MD ini dilakukan selama 4 bulan dari pemberlakuan kerjasama dengan mitra pada Juli 2022 hingga berakhirnya kegiatan pada bulan November 2022. Kerja sama yang dibangun berdasarkan permasalahan yang di ambil berdasarkan penjualan produk pada UMKM Batulayang. Masalah penjualan inilah yang menjadi permasalahan utama yang kemudian di kembangkan untuk diatasi dengan sudut pandang yang lebih besar. Penjualan dalam lingkup besar inilah yang menjadi indikator keberhasilannya. Modifikasi terjadi dalam 3 aspek yaitu modifikasi penjualan menjadi online, modifikasi kemasan menjadi *ziplock*, dan modifikasi logo menjadi lebih berwarna.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Pelaksanaan kegiatan P2MD dilakukan dengan rangkaian acara yaitu survey, pembuatan website katalog, pembuatan *Shopee*, pembuatan media sosial, pembuatan rengginang, sosialisasi kegiatan, penambahan mitra, dan terakhir ada acara sosialisasi final kegiatan sekaligus penutupan kegiatan P2MD.

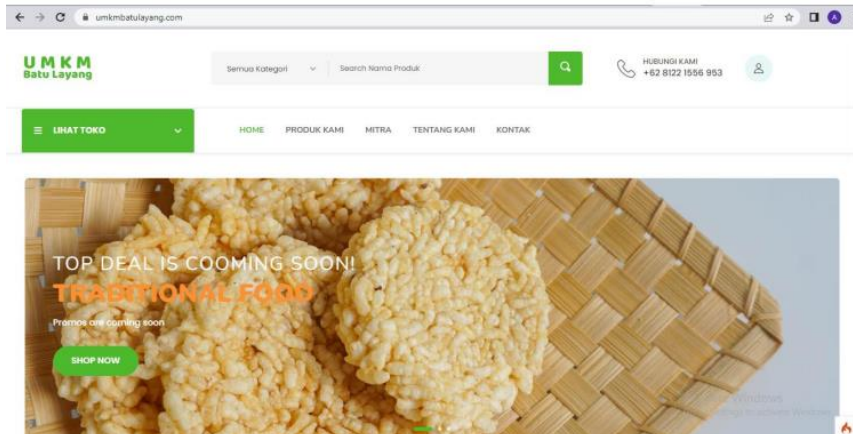
Tabel. 1 Perubahan Pada Kemasan

KEMASAN	
LAMA	BARU

Pada tabel 1, terlihat perubahan yang signifikan dari segi kemasan. Kemasan awal yang terlihat biasa dengan plastik putih bening dimodifikasi dengan plastik *ziplock* yang terlihat lebih modern.

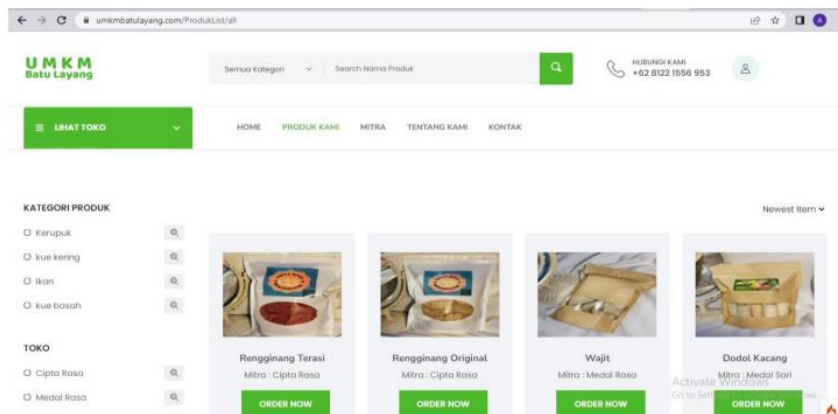
Tabel. 2 Perubahan Pada Kemasan

LOGO	
LAMA	BARU



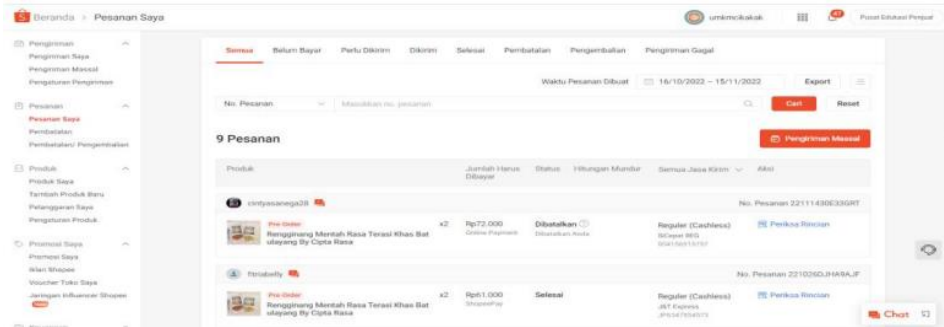
Gambar 1. Beranda Website UMKM Batu Layang

Pada gambar 1 berisikan tampilan beranda pada website yang telah dibuat, berisikan informasi akun, kategori, nomor telepon, gambar rengginang, daftar mitra, daftar produk, dan kontak yang bisa di hubungi.



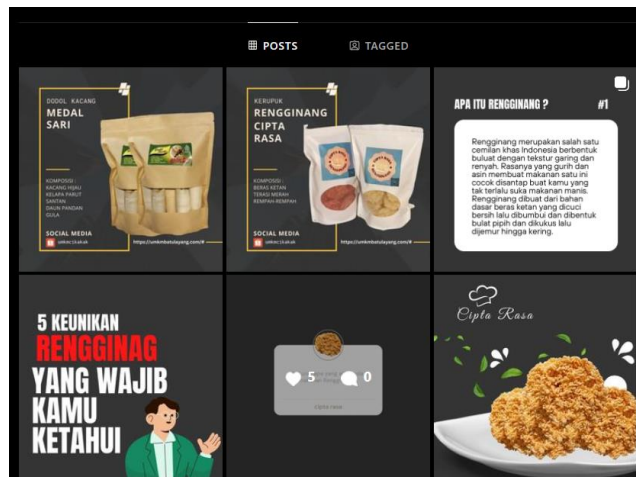
Gambar 2. List Produk Pada Website UMKM Batu Layang

Pada gambar 2 berisikan list atau produk-produk mitra yang sudah terdaftar di website, jika sudah memilih dan akan membeli produk pelanggan akan di arahkan ke akun *Shopee* ataupun *whatsapp* mitra yang menjualnya.



Gambar 3. Tampilan *Shopee* untuk list pemesanan

Gambar 3 menunjukkan akun *Shopee seller* pada fitur ini kita dapat melihat kategori-kategori pesanan berdasarkan statusnya, seperti mana pesanan yang belum dibayar oleh customer, pesanan yang perlu dikirim, pesanan selesai, dan lainnya.



Gambar 4. Post Feed Instagram

Gambar 4 berisikan informasi mengenai sejarah rengginang, dan wajit yang menjadi ciri khas dari desa Cikakak, dan berisikan informasi untuk melakukan pemesanan online.

Tabel. 2 Rekapitulasi Penjualan

PENJUALAN ONLINE		
BULAN	SEBELUM	SESUDAH
Oktober 2022	-	30 Bungkus
November 2022	-	4 Bungkus
April 2023	-	16 Bungkus
Juli 2023	-	10 Bungkus
Jumlah	-	50 Bungkus

Tabel 2 menunjukkan bahwa adanya penjualan yang terjadi dalam metode penjualan online melalui *Shopee* dan google form.

Untuk menjelaskan mengenai peningkatan penjualan di daerah Jawa Barat dan luar Jawa Barat dapat dilihat pada tabel 3 dan tabel 4 berikut ini.

Tabel 3. Daerah Penjualan *Shopee*

No	Username <i>Shopee</i>	Daerah
1	edyysu_	Kemiri, Purworejo, Jawa Tengah
2	liandanpipit	Cipagalo, Bandung, Jawa Barat
3	fitriabelly	Kopo, Bandung, Jawa Barat
4	luthfiyyan	Sukapura, Bandung, Jawa Barat
5	yayuana	Padalarang, Bandung, Jawa Barat
6	Ariez1092018	Cimahi, Cimahi Selatan, Jawa Barat

Tabel 4. Daerah Penjualan Google Form

No	Nama	Daerah
1	Fiqih Amanda	Kemiri, Purworejo, Jawa Tengah
2	Rinaldi Barus	Cipagalo, Bandung, Jawa Barat
3	Nurhasanah	Jl. Atmawigena No. 77, Citereup
4	Yasyfi	Perumahan Banyuwangi No. 19
5	Regina	Taman Kopo Indah I Blok F No. 27
6	Pitri Royani	Jl. Sadang, Margahayu Tengah
7	Cintya Sanega Akmalia	Jl. PGA No. 43A, Lengkong, Bandung

Pembahasan

Potensi wilayah dalam segi ekonomi untuk terus berkembang lumayan cukup menjanjikan. Karena dari data yang didapat penduduk Kampung Cikakak ini berjumlah 1063 penduduk. Yang mana sebagian dari mereka merupakan 4 pemilik usaha kerupuk rengginang. Dengan cara pemasaran yang benar dan penambahan distribusi tentu akan meningkatkan perekonomian warga.

Pemberdayaan desa yang akan dilakukan adalah membangun website untuk peningkatan UMKM kerupuk rengginang mentah di Desa Cikakak, Kabupaten Bandung Barat. Website ini dibuat untuk meningkatkan jumlah penjualan kerupuk desa Cikakak karena dari survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penjualan kerupuk rengginang desa ini kurang. Untuk pembangunan desa ini dari segi ekonomi warganya dapat dilakukan dengan peningkatan penjualan usaha rumahan kerupuk rengginang.

Pelaksanaan program P2MD memperhatikan beberapa aspek yang ingin ditingkatkan yaitu pengenalan kerupuk rengginang ke masyarakat luas, peningkatan pemasaran dalam lingkup luas, dan pembaharuan kemasan dengan mengikuti perkembangan zaman.

Berikut uraian kegiatan yang telah dilakukan: (a) Survei di Kampung Cikakak, Desa Batulayang, Kabupaten Bandung Barat dengan bertujuan mengamati keadaan sumber daya alam serta sumber daya manusia. Survei pertama dilakukan pada tanggal 28 Juli 2022 dengan hasil bahwa penjualan dilakukan masih dari mulut ke mulut dengan harga per bungkus Rp 21.000. Rasa yang ditawarkan ada terasi merah, ketan putih, dan beras hitam. Survey kedua dilakukan pada 30 Juli 2022 dengan mendapatkan informasi bahwa rengginang bisa dibuat selama 3 hari dalam keadaan cuaca terik dan menghasilkan sekali produksi 40 bungkus. Pembuatan rengginang ini sangat bergantung pada cuaca. Apabila cuaca sangat panas dan terik rengginang dapat kering dengan cepat sebaliknya apabila cuaca mendung akan menghambat proses pengeringan dan

menghasilkan adonan rengginang berjamur. (b) Pembuatan website katalog dilakukan dengan meminta bantuan pihak ketiga. Website berisi produk yang dijual oleh mitra khas Kecamatan Cililin. Bahasa pemrograman yang digunakan yaitu PHP dan Java dengan database website itu sendiri menggunakan *MySQL*. Selain website katalog, dilakukan perubahan pemasaran menggunakan *Shopee* agar masyarakat luas yang tertarik untuk membeli rengginang dengan domisili di luar kampung dapat dengan mudah memesan. Untuk pemesanan dalam jumlah banyak juga disediakan nomer Whatsapp sehingga pembeli dapat berkomunikasi langsung dengan penjual. Untuk panduan lengkap penggunaan website dapat dilihat pada manual book. (c) Website serta produk yang dijual dapat dikenal masyarakat lebih luas dengan dilakukannya pengenalan menggunakan media sosial. Dengan banyaknya penggunaan media sosial yang saat ini semakin meningkat menjadikan media sosial menjadi prospek pengenalan produk yang efektif. Selain itu, dengan media sosial ini dapat menjadi bentuk dokumentasi selama kegiatan P2MD ini berlangsung sehingga dapat terlihat hal yang telah tim laksanakan. Media sosial yang digunakan saat ini ada Instagram dengan pengikut telah mencapai 522 pengikut. (d) Setelah melakukan keseluruhan tahapan tentu diperlukannya sosialisasi kepada masyarakat untuk mengenalkan masyarakat mengenai program yang telah berjalan. Dalam sosialisasi ini dipaparkan mengenai pembuatan *Shopee*, cara penggunaan *Shopee*, rancangan website yang dibuat, dan cara pengemasan yang telah di survey melalui berbagai media. (e) Sebagai bentuk timbal balik dari masyarakat ke mahasiswa, dari salah satu warga bernama Ibu Yas memperlihatkan kepada anggota cara pembuatan rengginang dari awal hingga akhir.

Simpulan

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah penjualan yang masih tergolong dalam lingkup kecil dan hanya pada lingkup Desa Batulayang. Dalam program ini platform *Shopee* dan *G-Form* untuk meningkatkan penjualan secara online. Penjualan telah mencapai angka 34 bungkus dalam kurun waktu Oktober dan November, selain itu setelah program ini berakhir terdapat pelanggan yang melakukan re-purchase atas rengginang tersebut. Dengan adanya program ini mitra memiliki pelanggan tetap baru yang berdomisili di luar Jawa Barat. Kendala yang dihadapi bahwa masyarakat sering kali lupa mengenai penggunaan website dan *Shopee* karena keterbatasan pengetahuan. Dengan adanya *manual book* memudahkan mitra dalam mengoperasikan website.

Daftar Referensi

- Adisel. (2015). *Transformasi Masyarakat Petani Dari Tradisional Ke Modern*. Bogor: IPB Press.
- Afendi, A., Fitri, M., & Firdiyanti, S. I. (2022). Digitalisasi Bisnis Dalam Islam : Determinasi Keputusan Pembelian Ulang Pengguna Market Place *Shopee* di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi islam*, 1124-1133.
- Alfiansyah, R., Aisyah, R. R., Rosmaningsih, D. E., & Muthiarsih, T. (2023). Implementasi Strategi Brand Imagedan Promosi Media Digital Pada Pabrik Tahu. *Communnity Development Journal*, 7177.
- Kementerian Pendidikan, K. R. (2023, September 25). *Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD)*. Retrieved from Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.: <https://kemahasiswaanptvp.kemdikbud.go.id/p2md/>
- Nurul Mardhiah Sitio, S. Z. (2023). Pengembangan Penerapan Sistem Informasi Melalui Aplikasi Bilas Outlet (UMKM SKM LAUNDRY). *Communnity Development Journal*, 7183-7188.
- Pramita1, Y. D., Saputri, S. A., Handayani, Tildjuir, N. M., Pamungkas, A. T., & Dewi, A. A. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terdampak Pandemi COVID-19 di Desa Podosoko, Candimulyo, Kabupaten Magelang. *Jurnal Penelitian kepada Masyarakat*, 1-9.

- R, J. S., Fahrizal, M., Rahmayanti, S., & Oktapianti, M. S. (2022). Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM Desa Jatimekar Jatiluhur Purwakarta. *ADINDAMAS (Jurnal Penelitian Kepada Masyarakat)*, 88-99.
- Riyanthi Idayua, M. H. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 2339-1510.
- Suryati, I. (2021). Pengaruh Ukuran Usaha Dan Sumber Modal Terhadap Penerapan Standar Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bidang Jasa Atau Pelayanan Laundry Di Kecamatan Makasar Tahun 2019. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Unsurya*, 18.