



PENGEMBANGAN USAHA RENGGINANG MELALUI PELATIHAN PERENCANAAN PEMASARAN DIGITAL DI DESA TIRIPAN

Riwayat artikel:

Diterima: September 2020

Disetujui: Januari 2021

Tersedia secara daring: Mei 2021

*Penulis korespondensi

Surel: tasimbillah60@gmail.com

Mutasim Billah^{1*}, Titi Susilowati¹, Fiki Hendy Ismawan¹,
Mutia Ristina Nur Aini¹, Rachmad Ramadhan Yogaswara¹

¹) Program Studi Teknik Kimia, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya 60294, Indonesia.

Abstrak

Rengginang adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia yang dibuat dari bahan beras ketan putih atau hitam, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, berasa manis atau gurih, dan mempunyai tekstur renyah. Namun, usaha rengginang ini belum berkembang baik, karena pengelola usaha masih menggunakan media pemasaran konvensional sebatas lingkungan desa. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan target konsumen dan membekali pengetahuan masyarakat mengenai pemasaran dengan media digital. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan pendampingan dan praktek perencanaan pemasaran digital untuk pengembangan pemasaran bagi pemilik usaha rengginang di Desa Tiripan. Hasil yang diperoleh adalah sebuah website Pelatihan Perencanaan Pemasaran Digital Produk Rengginang Tiripan sebagai promosi awal bagi pelaku usaha rengginang Tiripan untuk meraih konsumen global. Dengan demikian, produk camilan Tiripan tidak hanya bergantung pada konsumen di lingkungan desa Tiripan dan sekitarnya, melainkan meluas hingga ke ranah internasional.

Kata kunci: pemasaran digital; rengginang; Tiripan.

Abstract

Rengginang is one of Indonesia's traditional foods made from white or black glutinous rice, generally circular in a certain size, tastes sweet or savory, and has a crispy texture. However, this Rengginang business has not developed well, because the business manager still uses conventional marketing media to the extent of the village environment. Community Service aims to increase target consumers and equip community knowledge about marketing with digital media. The method used in this community service is to provide assistance and practice of digital marketing planning for marketing development for Rengginang business owners in Tiripan Village. The result obtained is a website for Rengginang Tiripan Digital Marketing Planning Training as an initial promotion for Rengginang Tiripan businesses to reach global consumers. Thus, Tiripan snack products do not only depend on consumers in the village environment and surrounding Tiripan, but extends to the international realm.

Keywords: digital marketing; rengginang; Tiripan.

© 2021 Penerbit Program Studi Teknik Kimia, UPN “Veteran” Jawa Timur

1. PENDAHULUAN

Mewabahnya Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) telah melumpuhkan berbagai sendi kehidupan masyarakat, termasuk dunia Usaha Kecil Menengah (UKM). Sejak bulan Maret

2020, Pemerintah telah mengeluarkan kebijakan untuk belajar, bekerja, dan beribadah dari rumah. Kebijakan ini merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memutus penyebaran Covid-19. Desa Tiripan merupakan salah

satu desa di Kecamatan Berbek yang termasuk dalam wilayah Kabupaten Nganjuk Provinsi Jawa Timur. Sebagai desa yang sedang berkembang dan dekat dengan pusat pemerintahan Kabupaten Nganjuk, Desa Tiripan tidak lagi hanya mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian masyarakatnya, namun berbagai macam Usaha Kecil Menengah (UKM) telah banyak berkembang di desa ini diantaranya adalah camilan rengginang. UKM rengginang saat ini menjadi salah satu bentuk usaha yang ditekuni oleh masyarakat Desa Tiripan. Tentunya, UKM yang berbasis *home industry* ini merupakan salah satu penggerak utama roda perekonomian desa (Sunarsi dkk., 2019).

Rengginang adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia yang dibuat dari bahan beras ketan putih atau hitam, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, berasa manis atau gurih, dan mempunyai tekstur renyah. Ada beberapa macam variasi rengginang dengan cara pembuatan yang berbeda-beda, terutama pada bumbu yang ditambahkan, bentuk, dan juga ukurannya. Meskipun demikian, secara umum proses pembuatan rengginang relatif sama atau serupa seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Camilan rengginang

Berdasarkan survei dan wawancara langsung terhadap pengusaha mitra, permasalahan yang dihadapi pengusaha kecil pembuatan rengginang ketan dapat dikelompokkan menjadi 3 aspek yakni produksi, kualitas, dan manajemen usaha atau pemasaran. Pengusaha rengginang Tiripan sejauh ini masih melihat target konsumen hanya sebatas lingkungan desa dan pesanan. Sedangkan saat ini terdapat potensi pemasaran digital yang dapat dicapai terutama dilihat dari lokasi perkampungan desa Tiripan yang cukup

strategis. Selain itu, penggunaan media pemasaran digital yang masih minim oleh pengusaha rengginang menjadi salah satu penghambat dari pengembangan usaha kecil di lokasi ini. Permasalahan tersebut memunculkan gagasan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tiripan dengan melakukan sosialisasi. Sosialisasi yang dilakukan berkaitan dengan target pasar global dan memperkenalkan media perencanaan pemasaran digital berbasis web (Ragimun dkk., 2015). Hal tersebut bertujuan agar para pengusaha rengginang di desa Tiripan dapat meningkatkan daya saing produk dan memperluas konsumennya.

2. METODE KEGIATAN

Pada realiasi pelaksanaan Program Pelatihan Pemasaran Digital kepada pengusaha camilan rengginang Desa Tiripan, diawali dengan survei lapang ke unit usaha camilan rengginang dan wawancara dengan salah satu pengusaha camilan rengginang di desa Tiripan. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah ingin melakukan kajian keadaan dan kondisi usaha rengginang khususnya tentang pemasaran produk. Kemudian, tujuan lain dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai Strategi dan Perencanaan Pemasaran Digital.



Gambar 2. Pemberian contoh kemasan dan merek dagang Rengginang Tiripan

Di samping itu, kegiatan lain yang dilaksanakan ialah pemberian contoh logo dan kemasan camilan rengginang desa Tiripan. Hal tersebut memiliki tujuan agar konsumen lebih tertarik terhadap produk serta menjaga kualitas produk rengginang yang dihasilkan (Gunartin dkk., 2018). Model pembelajaran yang disampaikan kepada pengusaha rengginang di desa

Tiripan ini mudah dipahami dan dijalankan dengan memanfaatkan media digital melalui laman media dengan tautan sebagai berikut <https://www.youtube.com/channel/UCr1GggmwnNVCKivenVLrzJeg>.

3. PEMBAHASAN DAN MANFAAT

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, telah dilaksanakan dengan memberikan Pelatihan Pemasaran Digital untuk pengusaha rengginang. Selain itu, telah diberikan contoh kemasan serta merek dagang agar produk rengginang yang dihasilkan oleh masyarakat desa Tiripan dapat dikenal luas ke ranah Internasional. Pelaksanaan pelatihan ini diselenggarakan secara luring dengan memanfaatkan media digital serta tetap memperhatikan protokol kesehatan.

Kegiatan pertama yang dilakukan ialah wawancara terhadap para pelaku usaha rengginang di desa Tiripan. Pada Gambar 2, nampak bahwa salah satu pengusaha rengginang di desa Tiripan yakni Ibu Dwi memberikan penjelasan tentang usaha rengginang yang selama ini telah dijalankan. Rengginang yang dihasilkan belum memiliki merek dagang dan pemasaran produk rengginang hanya sebatas pada lingkungan desa Tiripan. Hasil wawancara tersebut memberikan gambaran tentang materi pelatihan yang tepat untuk disampaikan kepada para pelaku usaha rengginang di desa Tiripan.



Gambar 3. Wawancara dengan pengusaha rengginang

Pada Gambar 4, tersaji beberapa materi perencanaan pemasaran digital yang disampaikan kepada pelaku usaha rengginang di desa Tiripan. Pelatihan tersebut diantaranya adalah pentingnya media sosial untuk usaha, tips agar usaha di media sosial lancar, mempelajari target

pasar di media sosial, serta berinteraksi dengan konsumen yang baik dan benar. Materi tersebut dapat dengan mudah dibaca dan diunduh pada laman website yang telah disediakan.



Gambar 4. Materi pelatihan

4. KESIMPULAN

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) melalui Program KKN Covid-19 UPN “Veteran” Jawa Timur tahun 2020 ini, pengusaha camilan rengginang di Desa Tiripan, Nganjuk sangat antusias berpartisipasi dalam pelatihan pemasaran digital. Hasil wawancara diketahui bahwa pengusaha rengginang sangat tertarik dan mudah untuk mempelajari materi pemasaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada keempatian ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Tiripan, Kecamatan Berbek, Kabupaten Nganjuk yang telah memberi kesempatan melaksanakan kegiatan KKN Covid-19 dan bapak ibu pengusaha camilan rengginang yang telah memberi ijin untuk melaksanakan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

<http://dapurkueoma.blogspot.com/2011/09/resep-rengginang.html>. Download 22 Juli

2020.

<http://hobimasak.info/resep-rengginang/ResepRengginang.Download> 22 Juli 2020

Gunartin, Soffi, Feb Amni, Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Sebagai Tempat Alternatif Menumbuhkan Kemandirian Wirausaha Warga Belajar (Studi pada PKBM Insan Karya Pamulang Tangerang Selatan, Jurnal PEKOBIS Volume 3 Nomor 2 Oktober 2018

Ragimun, Sudaryanto, & Wijayanti, R. R. (2015). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Web Kementerian Keuangan, 1–32.

Sunarsi, D., dkk. (2019). Penyuluhan Wirausaha Home Industry Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas. Jurnal Pengabdian pada Masyarakat BAKTIMAS, 1(4), 188-193.