



## UPAYA PENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK RENGGINANG DESA RANCA KALAPA, KABUPATEN TANGERANG MELALUI INOVASI PRODUK BORING'S

*Efforts to Increase the Selling Value of Rengginang Products in Ranca Kalapa Village, Tangerang Regency through Boring's . Product Innovations*

Abdul Rachman\*<sup>1</sup>, Muhammad Fajar Ash Shidiqi<sup>2</sup>, Sri Tamara Devy<sup>1</sup>, Tresya meilina<sup>1</sup>, Siti Nur Afifah<sup>2</sup>, Widi Astuti<sup>1</sup>, Silvi Octavani<sup>1</sup>, Sari Wulandari<sup>1</sup>, Vanny Nurhanifah<sup>2</sup>, Muhammad Rizky Asrof<sup>2</sup>, Ninis Meliyana Putri<sup>2</sup>, Zahra Syafinatunnisa<sup>1</sup>, Siti Nurmila Sari<sup>1</sup>, Nila Hikma Karmelia<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Perbankan Syariah Universitas Cendekia Abditama, <sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Cendekia Abditama

*Jln. Islamic Raya, Kelapa Dua, Tangerang – Banten*

\*Alamat korespondensi: [abdul@stes.isvil.ac.id](mailto:abdul@stes.isvil.ac.id)

(Tanggal Submission: 15 Agustus 2022, Tanggal Accepted : 16 September 2022)



### Kata Kunci :

*rengginang, inovasi, desa, tangerang*

### Abstrak :

Salah satu pengembangan Sumber Daya Manusia warga Desa Ranca Kalapa adalah dengan berwirausaha. Terdapat beberapa warga Desa Ranca Kalapa yang menjadi pelaku usaha UMKM. Salah satunya adalah pelaku usaha Rengginang. Produk Rengginang yang diproduksi dan diperjualbelikan sangat tradisional dan tidak marketable sehingga tidak memiliki nilai tambah yang tinggi. Keberadaan produk Rengginang semakin hari semakin tidak menentu karena kurangnya minat konsumen untuk mengkonsumsinya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk mendampingi pelaku usaha UMK Desa Ranca Kalapa dalam meningkatkan nilai jual produk Rengginang yang menjadi makanan tradisional sehingga dapat mengupgrade produk tersebut. Peran pelaku usaha UMK sangat penting dalam meningkatkan ekonomi daerah maupun perekonomian negara sehingga berkewajiban untuk melakukan banyak inovasi dan kreasi terhadap produknya agar mampu bersaing dengan baik di kancah nasional maupun internasional. Adapun metode yang digunakan pada kegiatan ini yaitu PAR (Participatory Action Research), yaitu metode yang merupakan bagian dari penelitian (Riset) yang melibatkan berbagai Stakeholder (pihak yang relevan) dalam hal pengkajian aksi yang akan dilaksanakan sehingga terbentuk perubahan yang lebih baik. Melalui metode ini kami melakukan inovasi produk Rengginang, berupa Re-Branding, Re-Packging dan Re-Promoting, dengan begitu produk yang sudah ada dapat memenuhi segmen pasar saat ini. Hasil kegiatan ini adalah menghasilkan sebuah produk baru dari inovasi rengginang yaitu Boring's (Bola Rengginang) disajikan dengan balutan coklat yang dapat menjadi cemilan kekinian khas Desa Ranca Kalapa.

**Key word :**

*rengginang,  
innovation,  
village,  
tangerang*

**Abstract :**

One of the human resources development of Ranca Kalapa Village residents is entrepreneurship. There are several residents of Ranca Kalapa Village who are SMEs business actors. One of them is the Rengginang business actor. Rengginang products that are produced and traded are very traditional and not marketable so they do not have high added value. The existence of Rengginang products is increasingly uncertain because of the lack of consumer interest in consuming them. Community service activities aim to assist UMK entrepreneurs in Ranca Kalapa Village in increasing the selling value of Rengginang products which are traditional foods so that they can upgrade these products. The role of MSE business actors is very important in improving the regional economy and the country's economy so that they are obliged to make many innovations and creations for their products in order to be able to compete well in the national and international arena. The method used in this activity is PAR (Participatory Action Research), which is a method that is part of research (Research) involving various stakeholders (relevant parties) in terms of assessing the actions to be carried out so that better changes are formed. Through this method, we innovate Rengginang products, in the form of Re-Branding, Re-Packing and Re-Promoting, so that existing products can meet the current market segment. The result of this activity is to produce a new product from rengginang innovation, namely Boring's (Bola Rengginang) served with chocolate wrap which can be a contemporary snack typical of Ranca Kalapa Village.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Rachman, A., Shidiqi, M. F. A., Devy, S. T., Meilina, T., Afifah, S. N., Astuti, W., Octavani, S., Wulandari, S., Nurhanifah, V., Asrof, M. R., Putri, N. M., Syafinatunnisa, Z., Sari, S. N., & Karmelia, N. M. (2022). Upaya Peningkatkan Nilai Jual Produk Rengginang Desa Ranca Kalapa, Kabupaten Tangerang Melalui Inovasi Produk Boring's. *Jurnal Abdi Insani*, 9(3), 1069-1079. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i3.708>

## PENDAHULUAN

Pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia sangat berperan penting dalam meningkatkan ekonomi di suatu daerah maupun perekonomian negara. Pelaku UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia terbukti masih bertahan walaupun terkena dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997. Pada waktu krisis ekonomi banyak perusahaan besar yang bangkrut dan tidak dapat bertahan tetapi pelaku UMKM masih terus eksis hingga saat ini. Realita eksistensi pelaku UMKM tidak dapat diragukan lagi dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia bahkan ekonomi global (Primadewi dkk., 2020). Selain itu, sektor ini mampu meningkatkan pendapatan per kapita atau Produk Domestik Bruto (PDB) masyarakat yaitu sebesar 61.97% atau setara dengan Rp.8.500 triliun pada tahun 2020. UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak yaitu sebesar 97% pada tahun 2020. Dengan banyaknya UMKM di Indonesia berarti menambah jumlah pekerja dan mengurangi pengangguran karena memiliki peran aktif dalam penyerapan tenaga kerja (<https://www.bkpm.go.id/>).

UU No. 20 Tahun 2008 merupakan regulasi yang mengatur tentang UMKM di Indonesia bahkan dalam undang-undang tersebut dinyatakan dalam Bab 1, Pasal 1 bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Artinya adalah usaha tersebut merupakan usaha kecil yang dapat dikelola oleh perorangan dan memerlukan modal tidak besar atau dapat juga dikelola oleh badan usaha perorangan dengan modal yang kecil. Berdasarkan undang-undang tersebut juga dinyatakan bahwa usaha kecil bukan merupakan cabang perusahaan dan bukan anak perusahaan dan sesuai dengan kriteria usaha kecil

(Sumarno dkk., 2021). Sedangkan pengertian usaha menengah merupakan usaha yang didirikan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang yang sesuai dengan kriteria usaha menengah yang ditetapkan oleh undang-undang tersebut (Dewi & Mahyuni, 2022).

Dalam rangka menumbuhkembangkan keberadaan UMKM di Indonesia, pemerintah memperhatikan pelaku UMKM dengan membuat program yang dapat mendukung pertumbuhan UMKM seperti diberikan program sertifikasi halal gratis, pengurusan PIRT gratis, pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dengan mudah, akses permodalan melalui program KUR dan bantuan lainnya yang dapat meningkatkan perkembangan UMKM dan dapat bertahan menghadapi krisis global (Miftahuddin dkk., 2020). Pemerintah sangat peduli dengan keberadaan UMKM karena dapat membantu ekonomi secara global sehingga UMKM dapat berkembang tanpa kendala dan hambatan yang berarti. Beberapa faktor yang sangat diperhatikan oleh pemerintah adalah kualitas SDM yang meliputi hardskill dan softskill terkait pengelolaan usaha dengan lebih baik, adanya penambahan modal usaha yang dapat membantu dalam mengembangkan usaha bagi pelaku UMKM di Indonesia (<https://www.bi.go.id/>).

Desa Ranca Kalapa merupakan salah satu desa dalam lingkup Kecamatan Panongan yang berada di Kabupaten Tangerang. Letak Desa Ranca Kalapa tergolong strategis karena bersebelahan dengan pengembang perumahan terbesar di Tangerang, yaitu Ciputra Group (CitraRaya) yang menyediakan perumahan dengan 51 cluster perumahan dan 1.800 unit komersial (<https://citraraya.com/>). Keberadaan Desa Ranca Kalapa dituntut untuk dapat mengimbangi pertumbuhan ekonomi yang terjadi dengan melakukan pemberdayaan ekonomi pada warga Desa Ranca Kalapa. Salah satu bentuk pemberdayaan ekonomi bagi warga Desa Ranca Kalapa adalah dengan memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi warga Desa Ranca Kalapa untuk berwirausaha. Namun demikian, mayoritas mata pencaharian penduduk Desa Ranca Kalapa bergerak dibidang perburuhan atau karyawan, perdagangan, jasa dan ada pula yang bertani. Banyak permasalahan yang terjadi di Indonesia di antaranya adalah kurang tersedianya lapangan pekerjaan yang memadai sehingga pertumbuhan penduduk dengan lapangan pekerjaan tidak sinkron atau bahkan lebih banyak pertumbuhan penduduk dibandingkan peluang pekerjaan di Kabupaten Tangerang. Untuk itu, perlu menjadi perhatian bersama dalam pembangunan desa-desa di Kabupaten Tangerang yaitu dengan cara menyiapkan sumber daya manusia (SDM) yang baik dalam bidang wirausaha sehingga angka pengangguran semakin kecil. Selain itu, pemerintah daerah juga harus memberikan permodalan usaha bagi warga yang berwirausaha untuk dapat dikuatkan usahanya. Tingkat angka kemiskinan Desa Ranca Kalapa yang masih tinggi menjadikan Desa Ranca Kalapa harus bisa mencari peluang lain yang bisa menunjang peningkatan taraf ekonomi bagi masyarakat. Kekayaan Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Manusia yang ada di Desa Ranca Kalapa amat sangat mendukung baik dari segi pengembangan ekonomi maupun sosial budaya.

Salah satu pengembangan Sumber Daya Manusia warga Desa Ranca Kalapa adalah dengan berwirausaha. Terdapat beberapa warga Desa Ranca Kalapa yang menjadi pelaku usaha UMKM. Salah satunya adalah pelaku usaha Rengginang. Produk Rengginang yang diproduksi dan diperjualbelikan sangat tradisional dan tidak marketable sehingga tidak memiliki nilai tambah untuk diperjualbelikan bukan saja kepada kalangan orang tua melainkan anak muda. Keberadaan produk Rengginang semakin hari semakin tidak menentu karena kurangnya minat konsumen untuk mengkonsumsinya. Oleh karena itu, melalui kegiatan pengabdian ini, kami melakukan pendampingan kepada pelaku usaha dengan tujuan untuk dapat membantu pelaku usaha meningkatkan nilai jual produk Rengginang sehingga dapat dikonsumsi semua kalangan dan memiliki nilai tambah dan mudah untuk dipasarkan baik secara offline maupun online. Pendampingan ini dilakukan dengan melakukan inovasi produk pada Rengginang dengan judul kegiatan “Upaya Meningkatkan Nilai Jual Produk Rengginang Desa Ranca Kalapa, Kabupaten Tangerang Melalui Inovasi Produk Boring’s”.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Cendekia Abditama (UCA). Bentuk kegiatan yang dilakukan yaitu berupa pengabdian kepada masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Fokus utama dalam program KKN yaitu melakukan pendampingan untuk dapat meningkatkan nilai jual produk Rengginang milik Ibu Onah sebagai salah satu pelaku usaha UMKM yang berada di wilayah Desa Ranca Kalapa. Bentuk pendampingan adalah dengan membuat produk inovatif dan kreatif pada Rengginang dengan diubah menjadi “*Boring’s*” atau disebut sebagai “Bola Rengginang” dengan *topping* coklat. Produk inovatif tersebut dilakukan karena produk Rengginang yang diproduksi oleh Ibu Onah selama ini tidak marketable dan kurang menarik bagi konsumen padahal Rengginang yang diproduksi memiliki dua bentuk, yaitu Rengginang bentuk bulat seperti pada umumnya dan bentuk rengginang bulat kecil-kecil. Kami menggunakan rengginang yang berbentuk bulat kecil-kecil untuk produksi *Boring’s*. Keputusan melakukan inovasi pada produk Rengginang mengingat produk tersebut sebenarnya sudah banyak dikenal di kalangan masyarakat karena produk tradisional. Namun demikian, brand, packing, kemasan serta varian rasa masih sangat tradisional sehingga tidak memberikan nilai tambah sehingga dapat dikonsumsi oleh semua kalangan.

Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah dengan menggunakan metode PAR (*Participatory Action Research*), yaitu metode yang merupakan bagian dari penelitian (Riset) yang melibatkan berbagai *Stakeholder* (pihak yang relevan) dalam hal pengkajian aksi yang akan dilaksanakan sehingga terbentuk perubahan yang lebih baik (Soedjiwo, 2019). Melalui metode ini kami melakukan inovasi produk Rengginang, berupa *Re-Branding* dengan brand baru yaitu *Boring’s* (Bola Rengginang), *Re-Packging* yaitu dengan membuat kemasan yang lebih menarik dan *good looking* sehingga dapat menarik perhatian para konsumen sehingga produk yang sudah ada dapat memenuhi segmen pasar saat ini. Selanjutnya adalah dengan menambah varian rasa coklat yang dapat digemari oleh semua kalangan karena memiliki rasa gurih dan manis. Metode berikutnya adalah dengan melakukan sosialisasi produk *Boring’s* dengan kegiatan *Launching Produk Halal Boring’s* bekerjasama dengan pihak Desa Ranca Kalapa.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui program KKN ini dilaksanakan selama 30 hari, terhitung mulai tanggal 15 Juli 2022 sampai dengan 15 Agustus 2022 di Desa Ranca Kalapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang-Banten dengan sasaran utama adalah melakukan pendampingan pada pelaku usaha mikro Rengginang milik Ibu Onah di Desa Ranca Kalapa. Tahapan dalam perencanaan produk *Boring’s* adalah dengan melakukan analisis SWOT terlebih dahulu bagi pelaku usaha mikro dan didapati beberapa analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT

Strength	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Bahan baku mudah didapat karena bahan baku utama Rengginang adalah terbuat dari beras yang diproduksi langsung oleh Ibu Onah warga Desa Ranca Kalapa, Panongan Kabupaten Tangerang.</li><li>b) Melakukan inovasi produk baik brand maupun varian rasa sehingga menjadikan Rengginang memiliki rasa yang unik dan masih tergolong jarang ditemukan dan dapat dikonsumsi dan digemari oleh semua kalangan.</li></ul>
Weakness	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Dalam memproduksi Rengginang dibutuhkan sinar matahari yang cukup untuk dapat menjemur Rengginang sehingga terkendala jika diproduksi pada musim hujan karena susah untuk dijemur dan dikeringkan.</li><li>b) Produk Rengginang mudah hancur sehingga dapat menjadi kendala dalam memproduksi dalam skala lebih besar karena akan tidak sesuai dengan tekstur awalnya.</li></ul>

	c) Produk Rengginang Boring's hanya bertahan 5 hari untuk menghindari kurangnya tekstur kerenyahan dari Boring's.
Opportunities	a) Jumlah peminat Boring's yang tinggi karena dapat dilihat dari target pemasaran kami adalah remaja sehingga segmentasi Rengginang dapat dicapai pada semua kalangan. b) Adanya pemasaran yang dapat dilakukan baik secara offline maupun online seperti melalui marketplace Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, group Whatsapp, Facebook, dan lain sebagainya.
Threats	a) Dengan munculnya produk Boring's dikalangan masyarakat, menimbulkan banyaknya persaingan produk yang serupa. b) Rengginang diproduksi dengan bahan-bahan alami sehingga cepat kadaluarsa dan ini menjadi hambatan bagi para pelaku usaha yang memproduksi Rengginang

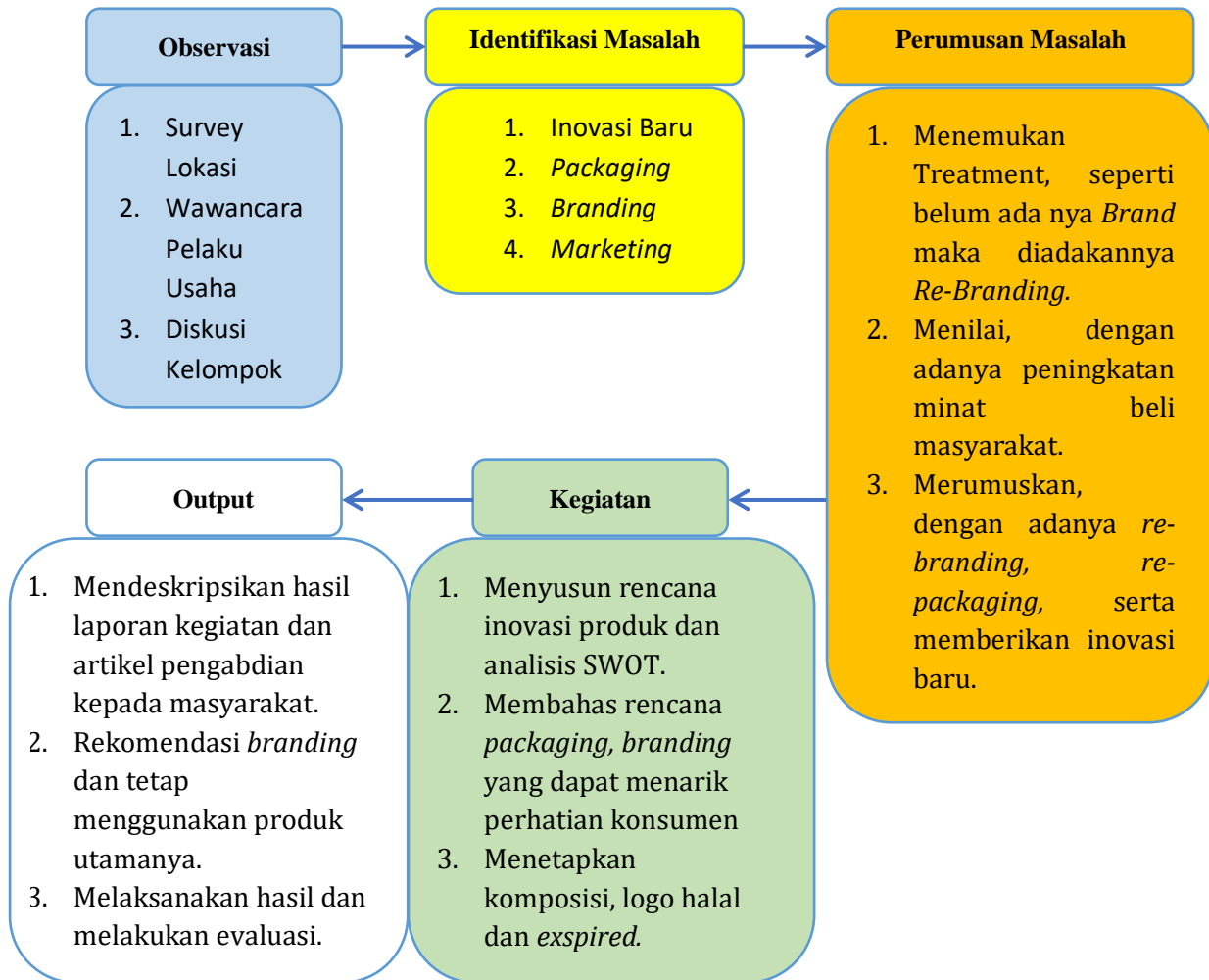
Adapun beberapa tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam upaya penerapan inovasi baru yaitu *Branding, Packaging, dan Launching* produk Rengginang Ibu Onah di Desa Ranca Kalapa, yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan observasi terhadap beberapa pelaku usaha UMKM di Desa Ranca Kalapa yaitu Rengginang, Usaha Kembang Tahu, Telur Asin, Telur puyuh, Rengginang, Peternakan Lele, dan Jamu Herbal. Observasi ini dilakukan sebelum dilakukannya kegiatan KKN di Desa Ranca Kalapa dengan membagi tugas kepada beberapa kelompok untuk mengidentifikasi para pelaku usaha yang beroperasi dan berdomisili di Desa Ranca Kalapa.
2. Melakukan pemetaan dan pendataan para pelaku usaha di Desa Ranca Kalapa dengan menganalisis SWOT dengan melakukan uji coba dalam mengembangkan tiga produk yaitu Rengginang, Telur Asin, dan Kembang Tahu karena banyak pelaku UMKM yang berwirausaha pada produk Rengginang, Telur Asin dan Kembang Tahu. Untuk itu, ketiga produk tersebut menjadi produk yang mendapat perhatian untuk dilakukan pendampingan pada program KKN Desa Ranca Kalapa.
3. Setelah melakukan uji coba dan pemetaan kami memutuskan untuk melakukan pendampingan kepada pelaku usaha Rengginang karena bahan yang diproduksi didapat dengan mudah dan pelaku usaha Rengginang lebih banyak ketimbang pelaku usaha lainnya. Produk Rengginang juga merupakan produk yang banyak diminati oleh warga Desa Ranca Kalapa dan mudah didapatkan oleh para konsumen.
4. Membuat brand baru untuk produk Rengginang Ibu Onah yaitu Boring's yang memiliki arti Bola Rengginang dengan desain futuristik dan tetap menampilkan wujud aslinya Rengginang dan dibaluri dengan varian rasa coklat. Pilihan pada produk inovatif Boring's didasarkan karena segmentasi pasar yang masih kurang mendapat perhatian adalah anak-anak muda sehingga perlu adanya produk rengginang yang dapat dikonsumsi dan disukai oleh anak-anak.
5. Membuat kemasan yang tepat bagi produk Rengginang yang mudah hancur sehingga dapat melindungi produk Rengginang agar tetap seperti wujud aslinya dengan bentuk dan bahan kemasan yang food grade.
6. Memproduksi Boring's dengan menggunakan bahan-bahan yang halal seperti beras, coklat batangan, minyak sayur. Semua bahan tersebut dipastikan kehalalannya dan memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk Rengginang.
7. Melakukan foto produk dan video untuk iklan dalam memasarkan produk baik secara offline maupun online sehingga dapat diupload pada marketplace dan media sosial lainnya. Foto-foto tersebut didesain dengan desain yang menarik dan berkualitas untuk dapat menarik konsumen dalam membeli produk tersebut.
8. Melakukan launching produk pada acara Seminar Sertifikasi Halal yang diadakan oleh Kepala Desa Ranca Kalapa dan dihadapan para warga Desa Ranca Kalapa. Ini dilakukan untuk memberikan pendampingan secara utuh dan komprehensif sehingga dapat memberikan motivasi bagi para

pelaku usaha untuk melakukan inovasi produk dalam meningkatkan nilai jual produk yang diperjualbelikan.

- Menjual produk Boring's secara offline kepada para pihak baik teman, tetangga, dosen, mahasiswa dan lainnya dan menjual produk Boring's secara online dengan menampilkan produk Boring's di berbagai media sosial dan marketplace untuk mempermudah konsumen mengaksesnya.

Diagram 1.1 Kerangka Kegiatan KKN Desa Ranca Kalapa



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Rengginang ternyata punya makna dibaliknya, yakni menjadi simbol persatuan bagi banyak orang. Filosofi rengginang terbuat dari beras ketan yang lengket sehingga menyimbolkan persatuan antar sesama masyarakat (Ridwan dkk., 2020). Tak hanya itu saja, bentuknya yang terdiri dari campuran beberapa beras ketan yang menyatu menjadi satu ini juga melambangkan kebersamaan. Rengginang adalah sejenis kerupuk tebal yang terbuat dari beras ketan yang dibentuk bulat dan dikeringkan dengan cara dijemur di bawah panas matahari, kemudian digoreng dalam minyak yang panas. Rengginang pada umumnya berbahan dasar beras ketan, namun Rengginang juga bisa menggunakan bahan dasar beras ketan hitam (Putri & Agustina, 2014).

Rengginang biasa dibuat dengan tambahan bumbu penyedap manis maupun asin biasanya diberi bumbu terasi namun ada juga yang menggunakan kencur. Sementara yang manis dibumbui dengan gula kawung atau gula merah. Rengginang juga dapat digoreng tanpa diberi bumbu asin dan manis. Ada jenis Rengginang yang diberi campuran udang, terasi, atau kerang lorjuk (kerang bambu).



Asal usul Rengginang ini masih banyak diperdebatkan, sebagian orang ada yang mengatakan bahwa Rengginang ini berasal dari Betawi, tapi sebagian juga ada yang mengatakan bahwa asal rengginang ini dari Jawa. Padahal aslinya rengginang ini berasal dari Jawa Barat dan Banten (Yuniarti dkk., 2020). Rengginang juga menjadi salah satu kuliner yang merakyat alias murah meriah. Hal ini dikarenakan Rengginang dibuat dari bahan-bahan yang simpel, mudah, dan murah. Meskipun tergolong dalam camilan jadul, tapi rengginang sudah mengalami banyak evolusi, terutama dari segi rasa. Rengginang kekinian punya beragam rasa, terutama rasa manis seperti rasa matcha, coklat, strawberry, hingga berbagai rasa manis lainnya. Akan tetapi, Rengginang sudah mengalami banyak evolusi, terutama dari segi rasa dan bentuk Rengginang (Yani, 2014). Usaha mikro yang terpilih untuk dikembangkan dengan melakukan inovasi yaitu Produk Boring's yang artinya Bola Rengginang. Selain ingin membuat inovasi produk baru kami juga ingin membantu meningkatkan penjualan UMKM di Desa Ranca Kalapa salah satunya adalah Rengginang Ibu Onah yang biasanya hanya dijual dalam kemasan plastik Rengginang mentah di warung dan kami observasi bahwa penjualan rengginang Ibu Onah hanya mendapat banyak pesanan saat menjelang lebaran saja dan Rengginang ini biasa dijual dengan harga Rp. 20.000,- per bungkus.

Dengan beberapa pertimbangan tersebut kami memilih untuk mengembangkan suatu produk agar meningkatkan penjualan Rengginang Ibu Onah salah satu UMKM di Desa Ranca Kalapa. Selain itu, dari banyaknya percobaan inovasi yang kami buat Rengginang coklat yang rasanya paling pas untuk diterima semua segementasi pasar. Produk Boring's yang dikembangkan merupakan salah satu wujud program KKN Desa Ranca Kalapa agar Boring's dapat menjadi salah satu makanan khas dari Desa Ranca Kalapa serta produk Boring's ini dapat dilanjutkan dan dikembangkan oleh masyarakat Ranca Kalapa hingga produk ini dapat dipasarkan hingga ke berbagai daerah. Produk Boring's memiliki target pasar para remaja dan kami pasarkan dengan Harga 8000/pcs.

### **Mekanisme Pendampingan UMKM**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan selama 30 hari memberikan pembelajaran dan gambaran terkait pendampingan pelaku usaha dengan inovasi baru pada produk Rengginang. Kegiatan ini dirancang dalam sebuah program KKN Desa Ranca Kalapa. Dengan melakukan observasi kepada pelaku usaha UMKM Rengginang untuk melihat perbedaan produk pada setiap pelaku UMKM tersebut. Dari semua pelaku UMKM Rengginang yang dijumpai, Rengginang Ibu Onah inilah yang memiliki perbedaan dari pelaku UMKM lainnya, yaitu dari segi bentuk rengginangnya. Rengginang yang diproduksi oleh Ibu Onah ini memiliki 2 bentuk yaitu bentuk bulat besar seperti Rengginang pada umumnya dan bentuk bulat kecil dengan berbagai macam warna. Sedangkan pelaku UMKM Rengginang lainnya hanya membuat Rengginang dengan bentuk bulat besar saja sehingga membuat kami tertarik untuk memberikan inovasi-inovasi baru terhadap produk rengginang yang diproduksi oleh Ibu Onah ini. Kegiatan yang dilakukan selama KKN dimulai dari membuat inovasi baru dengan tetap *highlight* Rengginang yang berbentuk bulat kecil dengan melakukan re-branding, packaging, varian rasa, re-marketing. Rengginang sendiri bukanlah produk baru, sehingga banyak kompetitor lain yang bergerak pada usaha Rengginang. Hal ini tentu tidak menghilangkan semangat untuk berwirausaha dan senantiasa menuangkan inovasi-inovasi baru sehingga produk Rengginang ini memiliki ciri khas serta keunikannya.



### **Tahapan -Tahapan Dalam Pendampingan UMKM**

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam program KKN Desa Ranca Kalapa ketika melakukan pendampingan dengan penerapan protokol kesehatan hingga sanitasi kerja dan proses produksi juga diterapkan selama pendampingan KKN, sehingga selama kegiatan ini berlangsung menerapkannya dengan baik dan benar. Harapannya produk yang dihasilkan mempunyai tingkat keamanan yang tinggi untuk dikonsumsi.

### Proses Re-Branding

Produk Rengginang Ibu Onah pada awalnya belum memiliki *brand* untuk produknya dan hanya terbungkus oleh plastik putih transparan. Dengan demikian, tahap pertama adalah membuat brand agar lebih menarik dan lebih *marketable*. Harapannya, agar masyarakat lebih memahami dan lebih tau mengenai produk inovasi Rengginang ini. Maka dari itu, Rengginang ini diberi nama “*Boring’s* khas Ranca Kalapa”. Dengan adanya *re-branding* ini dapat meningkatkan nilai jual dengan brand baru dan mudah diingat sehingga dapat meningkatkan penjualan Rengginang di Desa Ranca Kalapa serta memperluas pemasarannya ke semua kalangan. *Re-branding* yang digunakan untuk *Boring’s* ini yaitu dengan pembuatan Stiker logo berukuran 5cm x 5cm dan *standing pouch* berwarna putih dengan ukuran 27cm x 10cm.

Tabel 1.1 Brand Produk Rengginang

Komponen	Sebelum	Sesudah
Sticker Logo		

### Proses Packaging

Terdapat beberapa hasil desain kemasan selama KKN berlangsung, mulai dari kemasan lama hingga kemasan terbaru. Menurut Boyd (2000), kemasan merupakan hal yang pertama yang akan dilihat oleh konsumen, sehingga dapat mempengaruhi tingkat penerimaan dan mampu mengubah persepsi konsumen dalam mengambil keputusan apakah membeli atau tidak akan melanjutkan proses. Karena pada produk sebelumnya belum memiliki logo ataupun kemasan yang menarik, maka dari itu kami membuat desain logo dan kemasan yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan ketertarikan konsumen pada produk inovasi baru rengginang. Adanya desain kemasan yang menarik menjadi langkah awal dalam melakukan *branding* produk, khususnya pada produk rengginang ibu Onah sehingga dapat bersaing dengan usaha-usaha sejenis lainnya pembelian.

Tabel 1.2 Kemasan Produk Rengginang

Komponen	Sebelum	Sesudah
Kemasan Produk		



### Proses Launching Produk

Setelah melakukan re-branding dan re-packing pada produk Rengginang, kemudian adalah dengan melaunching produk Boring's sebagai hasil inovasi mahasiswa program KKN Desa Ranca Kalapa. Launching produk bekerjasama dengan pihak Desa Ranca Kalapa untuk mensosialisasikan perihal produk inovatif pada Rengginang sehingga warga Desa Ranca Kalapa dapat termotivasi untuk melakukan pengembangan produk yang telah diproduksi sehingga dapat dipasarkan secara menyeluruh bukan saja pada salah satu segmentasi pasar melainkan semua segmentasi pasar. Launching produk Boring's juga dimaksudkan sebagai desiminasi hasil inovasi program KKN sehingga dapat dimanfaatkan bagi para pelaku usaha terutama Ibu Onah selaku pedagang Rengginang. Produk Boring's juga disosialisasikan untuk dapat membantu pihak Desa Ranca Kalapa agar dapat dijadikan sebagai makanan khas Desa Ranca Kalapa dan sebagai oleh-oleh Desa Ranca Kalapa bagi para wisatawan yang berkunjung ke Desa Ranca Kalapa. Berikut di bawah ini acara launching produk Boring's dalam acara Seminar Kebijakan Sertifikasi Produk Halal bagi warga Desa Ranca Kalapa yang dihadiri oleh para warga sekaligus pelaku UMKM yang berdomisili di Desa Ranca Kalapa.



Gambar 1. Seminar dan Launching Produk Halal Boring's

### KESIMPULAN DAN SARAN

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membantu dan merubah konsep dari Usaha Mikro yang sederhana menjadi lebih modern dengan beberapa kegiatan yang sudah terlaksana meliputi 3 (tiga) kegiatan, yaitu membuat inovasi baru, *Re-Branding*, dan *Re-Packaging*. Pada Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kami membantu dengan membuat inovasi baru pada salah satu Usaha Mikro di Desa Ranca Kalapa yang bergerak di bidang usaha makanan yaitu Rengginang yang kami sajikan dengan balutan coklat dan menjadi cemilan unik khas Desa Ranca Kalapa, cemilan tersebut kami beri nama *Boring's* (Bola Rengginang). Dengan demikian, secara umum Kegiatan pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama Islamic Village pada periode 2022 yang dilaksanakan di Kelurahan Ranca Kalapa berdasarkan kesimpulan diatas, telah terlaksana dengan baik, lancar dan tepat waktu. Saran dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kedepannya difokuskan kepada sentra produksi ekonomi kreatif karena Desa Ranca Kalapa memiliki daya tarik dan potensi yang besar dalam usaha mikro Khas Desa Ranca Kalapa dan menjadi lebih unik dibandingkan dengan ekonomi *non* kreatif.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima Kasih kami ucapkan kepada Ibu Linda Gunawan Kepala Desa Ranca Kalapa, Masyarakat Desa Ranca kalapa yang telah berkenan mengizinkan kami melakukan kegiatan

pengabdian kepada masyarakat di Desa Ranca Kalapa ini. Terima kasih kepada Ibu Onah yang telah mengizinkan kami untuk melakukan pengembangan pada produk Rengginang Ibu Onah. Kami ucapkan Terima kasih pula kepada Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Bapak Dr. Sunardi SE, M.Si yang telah mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan kami kesempatan untuk melakukan Kuliah Kerja Nyata di Desa Ranca Kalapa. Terimakasih juga kami ucapkan kepada Dosen pembimbing kami Bapak Dr. Abdul Rachman Lc. M.Sh yang telah membimbing serta mendukung kami dalam menjalankan program KKN kami salah satunya adalah fokus pada pemberdayaan sektor ekonomi dengan launching produk inovasi mahasiswa KKN Ranca kalapa yaitu Boring's. Tidak lupa pula ucapan terima kasih kami kepada ketua program KKN, Didi Suardi, Lc, MA.Ek yang telah membantu dalam pelaksanaan program KKN di Desa Ranca Kalapa sehingga dapat melaksanakan program KKN dengan baik dan lancar. Semoga dengan Munculnya Produk Boring's dapat memberikan contoh tentang pemikiran dan ide kreatif bagi produk-produk para pelaku UMKM Desa Ranca Kalapa

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, K. N. K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.6302>
- Miftahuddin, M., Syahrial, H., & Sunaryo, S. (2020). Pembinaan Usaha Rumah Tangga Di Desa Sei Rotan Kecamatan Percut Sei Tuan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 215–220. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i4.20592>
- Perkembangan Kredit UMKM*. (t.t.). Diambil 14 Agustus 2022, dari <https://www.bi.go.id/id/umkm/kredit/default.aspx>
- Perumahan di Tangerang—CitraRaya (Official Website)*. (t.t.). Diambil 14 Agustus 2022, dari <https://citraraya.com/>
- Primadewi, A., Anwar, T. M., Yustin, Y., Sani, A. H., & Fauzi, M. (2020). Penguatan Pemasaran Produk Umkm Ashfa Madu Borobudur Melalui Strategi Product Branding. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(3), 154–161. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i3.17683>
- Putri, M. F., & Agustina, T. (2014). *Peningkatan Kualitas Produksi Rengginang Ketan Menggunakan Teknologi Pengering Buatan*. 12(1), 6.
- Ridwan, H., Hasyim, A. M. T., & Sulistiawati. (2020). Pengembangan Usaha Rumah Kerupuk Rengginang Sebagai Peluang Dalam Peningkatan Pendapatan Kaum Wanita Di Kelurahan Biringere Kecamatan Sinjai Utara Kab. Sinjai. *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 22–35. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i1.300>
- Soedjiwo, N. A. F. (2019). Implementasi Mata Kuliah PAR (PARTICIPATORY ACTION RESEARCH) di TPQ AL-MAGFIROH Denpasar Bali. *Widya Balina*, 4(2), 9–19. <https://doi.org/10.53958/wb.v4i2.36>
- Sumarno, S., Gimin, G., Mujiono, M., & Pernantah, P. S. (2021). Pembinaan Diversifikasi Produk Untuk Pengembangan Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(4), 366–373. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v27i4.27003>
- Upaya Pemerintah Memajukan UMKM Indonesia | BKPM*. (t.t.). Diambil 14 Agustus 2022, dari <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Yani, R. (2014). *Analisis Pendapatan Pada Usaha Rengginang (Studi Kasus Di UKM Rengginang Sejahtera Di Desa Bonto Cinde Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa)*. 65.
- Yuniarti, E., Dasir, I., Si, M., & Herudiansyah, G. (2020). Rengginang, Produksi Dan Pemasaran. *NoerFikri Palembang*, 1, 15.