

# Pemberdayaan Pelaku Home Industry Rengginang Melalui Manajemen Pemasaran Produksi di Desa Montok Larangan Pamekasan Madura

**Mohammad Takdir**

Institut Ilmu Keislaman Annuqayah (INSTIKA) Guluk–Guluk Sumenep  
mohammadtakdir86@gmail.com

**Abstrak:** *Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan produksi home industry rengginang di desa Montok Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan Madura. Jenis ritel makanan ini menunjukkan suatu kemajuan yang cukup signifikan, karena berhasil memberikan daya tarik bagi konsumen lokal maupun nasional. Adapun kegunaan penelitian ini diantaranya sebagai sumbangsih pemikiran bagi masyarakat umum tentang potensi–potensi lokal yang berkembang pesat di Madura. Bagi masyarakat yang peduli dan memiliki perhatian terhadap pengembangan potensi lokal, terutama keterampilan rumah tangga, penelitian ini dapat menjadi bahan penting mengenai kompleksitas persoalan yang harus digumuli pengusaha dalam konteks global. Bagi mereka yang sudah terjun ke dunia bisnis, penelitian ini bisa menjadi pedoman bagi pengembangan home industry di tengah persaingan bisnis dan era liberalisasi ekonomi yang semakin memberikan tantangan bagi masa depan ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan pelaku home industry rengginang melalui manajemen pemasaran dapat meningkatkan produksi dan penghasilan masyarakat Pamekasan Madura.*

**Kata Kunci:** *home industry, rengginang, pemasaran, pamekasan*

## A. Pendahuluan

Di tengah kemajuan teknologi dan tekanan globalisasi yang luar biasa, masyarakat dituntut untuk memaksimalkan potensi–potensi lokal yang sudah berkembang guna menghadapi tantangan di masa depan. Peningkatan produktifitas dalam kerja seolah menjadi tuntutan bagi masyarakat agar tidak terjebak dengan gaya hidup materialisme dan hedonimse yang bisa saja



menghancurkan masa depan dan kelancaran pembangunan bangsa ke depan. Produktifitas tidak hanya bisa dilihat dari konteks *ouput*, melainkan juga harus dicermati dari optimalisasi penggunaan dan pemasaran (*utility*) *input* itu sendiri.

Kalau kita mengacu pada teori ekonomi neo-klasik, *input* variabel sarasanya adalah tenaga kerja. Sebagai sasaran, tenaga kerja merupakan faktor determinan dan fundamental guna menguatkan penentuan peningkatan produktifitas dalam kerja. Dalam artian, tenaga kerja tidak bisa diartikan dan dimaknai hanya sekedar dalam *term* sebagai faktor produksi *an-sich*, akan tetapi harus dilihat dari sisi kemandirian dalam mengelola diri sendiri (*self manage*). Bila tenaga kerja dilihat dari sisi kemandirian dan kemanusiaan, maka peningkatan produktifitas untuk menopang keberlanjutan hidup adalah menjadi modal utama. Peneliti memahami bahwa produktifitas bukan sekedar sebagai seorang kepala perusahaan, melainkan semua elemen terkait, termasuk masyarakat adalah bagian dari kemajuan itu sendiri.

Kendati demikian, masyarakat dituntut untuk menciptakan semangat kemandirian dalam jiwa mereka agar mampu berinteraksi dan mengaktualisasikan potensi dirinya dalam kerangka kerja yang lebih mapan. Kemandirian bangsa Indonesia hanya bisa dilakukan dengan membangun budaya kewirausahaan (Muhammad Faisal Badroen, 2005). Demikian pula dengan bangsa yang berada dalam kubangan dan genangan keterpurukan, hanya bisa dikeluarkan dengan membangun budaya kemandirian. Jika dalam keluarga, anak-anak kita ditanamkan budaya kemandirian sejak dini, maka tidak menutup kemungkinan ketika memasuki usia dewasa, mereka akan mampu membangun usaha sendiri.

Terlepas dari itu semua, harus disadari bahwa peningkatan produktifitas dalam kerja tidak boleh lepas dari peran dan usaha pemerintah dalam membantu rakyat kecil agar mereka bisa menyambung hidupnya dengan menikmati pekerjaan. Sebagai pengendali kebijakan, pemerintah berperan besar dalam menyokong dana dan subsidi kepada masyarakat yang kurang mampu dan juga memberikan kesempatan maupun peluang kerja bagi mereka secara berkelanjutan. Jangan sampai mereka ditelantarkan dan diabaikan hak-haknya, apalagi sampai mengacaukan kegiatan usaha yang mereka bangun, semisal dengan melakukan penggusuran terhadap tempat kerja mereka.

Semakin pesatnya kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan mutakhir, pemberdayaan masyarakat yang digalakkan pemerintah telah mengalami



perubahan yang cukup signifikan, bahkan boleh dibilang berada dalam kemajuan yang di luar batas kemampuan manusia. Keberhasilan itu, bisa dilihat dari meningkatkannya taraf hidup masyarakat dalam menjalani persaingan hidup dan tantangan masa depan yang semakin kompleks. Walaupun tidak semuanya dirasakan sepenuhnya oleh masyarakat, namun paling tidak hal itu sudah menunjukkan perubahan yang lebih menjanjikan dan meningkat demi terbangunnya masyarakat yang adil dan makmur.

Sejak masa pemerintahan Orde Baru, sebenarnya banyak program yang telah dilaksanakan demi kesejahteraan hidup masyarakat yang memang memerlukan pemberdayaan dan peningkatan taraf hidup. Pemberdayaan masyarakat sebagai aplikasi dari program pemerintah membutuhkan antusiasme penuh dari masyarakat sendiri agar mereka berupaya semaksimal mungkin guna meningkatkan kualitas sumberdaya manusianya secara totalitas dan berkesinambungan. Berbagai upaya memang banyak dilakukan oleh pemerintah, salah satunya dengan memberikan bantuan yang langsung dialirkan ke pelosok desa terpencil guna menunjang pembanguana desa dan pengembangan potensi–potensi lokal yang niscaya diberdayakan kelestariannya.

Pemberdayaan masyarakat yang menjadi prioritas utama pemerintah, diyakini memiliki manfaat yang cukup besar bagi pengembangan ekonomi pedesaan, di mana tingkat dan taraf ekonominya masih sangat lemah. Menyadari pentingnya peningkatan taraf hidup masyarakat, maka dibutuhkan persiapan secara matang guna menyambut era industrialisasi yang menawarkan banyak kemajuan bagi keberlangsungan hidup ummat manusia. Di tengah amukan dan gempuran globalisasi pun, masyarakat perlu mempersiapkan diri guna menangkis semua arus yang masuk maupun ideologi yang mengacaukan pikiran anak muda. Persiapan itu bisa diawali dengan peningkatan kualitas pendidikan, kebudayaan, dan pengembangan potensi–potensi lokal yang kreatif, potensial, dan terampil dalam meningkatkan etos kerja masyarakat di era pembangunan industrialisasi ini.

Berbagai cara yang telah dilakukan pemerintah dalam memberdayakan rakyat kecil, dirasakan sangat penting guna menghadapi persaingan hidup dan ketatnya pasar global yang menghadirkan misi tertentu dalam sendi–sendi kehidupan masyarakat secara universal. Pemberdayaan masyarakat kecil melalui peningkatan kualitas sumberdaya manusia menjadi nilai fundamental demi terciptanya bangunan masyarakat yang lebih matang. Ketika kualitas sumberdaya manusia semakin memadai dan melekat dalam karakter masing–



masing masyarakat, maka taraf hidup masyarakat pun akan semakin menunjukkan performa yang lebih menjanjikan. Maka, pengembangan potensi-potensi lokal yang terdapat di desa bisa berimplikasi pada kesejahteraan hidup dan perekonomian yang semakin mengalami peningkatan signifikan.

Di samping itu, pengembangan potensi-potensi lokal yang terdapat di desa dapat menjadi penopang dan mobilisasi dalam mengatasi problem kehidupan masyarakat, terutama masalah kemiskinan, pengangguran, kesenjangan sosial, dan lain sebagainya. Demi menunjang peningkatan potensi-potensi lokal, maka diperlukan manusia kreatif, disiplin, terampil, dan mempunyai etos kerja yang tinggi, sehingga pada gilirannya akan menunjang terhadap proses pembentukan masyarakat yang mandiri dengan semangat kekeluargaan, persaudaraan, kebersamaan, saling tolong menolong antar sesama dalam setiap kesempatan yang didapatkan.

Di sinilah pentingnya membangun kesadaran kepada masyarakat agar bisa terampil dalam membangun usaha sendiri demi kebutuhan hidup keluarga dan lingkungan sekitar. Maka diperlukan sebuah terobosan baru dalam mendorong masyarakat untuk mengembangkan potensi-potensi lokal yang terpendam sehingga dapat bermanfaat bagi pemberdayaan desa. Salah satu potensi tersebut adalah pengembangan *home industry* rengginang yang terdapat di kota Pamekasan Madura. *Home industry* rengginang merupakan sebuah potensi keterampilan dan kreatifitas dalam lingkungan masyarakat yang berlandaskan kekeluargaan, persaudaraan, dan semangat gotong royong. *Home industry* rengginang dalam kehidupan masyarakat Madura mempunyai pengaruh yang sangat signifikan bagi peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Ini karena, *Home industry* rengginang merupakan salah satu aset dan potensi desa untuk meningkatkan perekonomian dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia (*human basic need*) setiap harinya. Dengan kata lain, bahwa rengginang adalah pangan atau makanan ringan yang terbuat dari ketan beras kemudian digoreng sehingga menjadi makanan favorit bagi masyarakat kota Pamekasan Madura.

## B. Mengetahui Potensi Home Industry Rengginang di Pamekasan

Produksi ritel makanan merupakan salah satu potensi *home industry* terbesar kedua setelah pertanian yang memiliki prospek dan peluang jangka panjang sehingga mampu menyerap tenaga kerja di Madura. *Home industry* di bidang ritel makanan diyakini memiliki pertumbuhan yang cukup pesat untuk mengembangkan potensi produk lokal yang tetap menjadi tulang punggung

perekonomian masyarakat secara keseluruhan. Tak heran bila banyak pengusaha tertarik untuk mengembangkan bisnis ritel makanan di berbagai daerah yang dianggap mampu meraup keuntungan yang besar dari sektor ini.

Sebagaimana diketahui bahwa Madura merupakan salah satu daerah yang memiliki keanekaragaman jenis kuliner yang dapat dikembangkan menjadi bagian dari *home industry*. Hal ini menunjukkan bahwa Madura memiliki potensi yang besar pada bisnis ritel makanan di daerah-daerah. Potensi ritel makanan yang besar tersebut dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk rumah tangga yang mampu menyerap tenaga kerja. Terbukti, penjualan beberapa produk di pasar ritel lokal menunjukkan pertumbuhan yang baik. Bahkan kenaikan penjualan ritel produk-produk itu cukup signifikan, termasuk produk makanan dan minuman.

Terlebih lagi, permintaan konsumen terhadap produk makanan ringan lokal masih tinggi, meski *Asean–China Free Trade Agreement (ACFTA)* mulai diberlakukan. Kondisi ini dimanfaatkan produsen dalam negeri untuk terus berpenetrasi di sektor ritel makanan yang mempunyai prospek bisnis cukup menjanjikan. Direktur PT Sekar Laut Tbk, John C Gozal mengatakan, dalam beberapa tahun terakhir, produk makanan ringan memang cukup potensial, apalagi bagi produsen yang selalu melakukan inovasi produk. Terbukti, di 2009 penjualan produknya naik 10–15 persen dibanding tahun sebelumnya. Menurutnya, sektor ritel masih menjadi tumpuan bagi produk makanan ringan, mengingat sebagian besar penjualannya melalui ritel, baik modern maupun tradisional. Oleh karena itu, pihaknya berupaya memberikan pilihan yang lebih ke konsumen. (*Surya*, 8 Juli 2010).

Industri kerajinan merupakan usaha sehari-hari penduduk hampir diseluruh daerah pedesaan di Pameksan selain pertanian, serta menjadi sumber penghidupan bagi sebagian penduduk di beberapa wilayah perkotaan. Berbagai jenis bahan alami dari ingkungan sekitarnya diolah dengan kreatifitas sehingga menjadi bentuk yang layak berupa hiasan maupun perabot rumah tangga sehari-hari. Namun, untuk pengembangan *home industry* berupa makanan khas dari Pamekasan, terasa sangat spesial karena mencerminkan kekayaan kuliner Indonesia dengan segala keunikannya.

Salah satu potensi ritel makanan di Pamekasan Madura yang menjadi objek penelitian ini adalah *home industry* rengginang. Jenis ritel makanan ini menunjukkan suatu kemajuan yang cukup signifikan, karena berhasil memberikan daya tarik bagi konsumen lokal maupun nasional. *Home industry* rengginang di Pamekasan ini seolah-olah telah menjadi makanan khas yang



semakin melekat di tengah-tengah masyarakat, apalagi bisnis ritel makanan tersebut memiliki potensi pemasaran dan mampu menyerap tenaga kerja bagi masyarakat yang pengangguran. Rengginang telah menjadi industri kerajinan yang ditekuni hampir seluruh masyarakat Madura, bahkan menjadi sumber penghidupan yang dapat menghasilkan keuntungan cukup menjanjikan bagi peningkatan taraf hidup mereka.

Rengginang merupakan sejenis kerupuk yang dibuat dari nasi atau nasi ketan yang dikeringkan lalu digoreng panas (*deep-fry*). Agak berbeda dari jenis kerupuk lain, yang dibuat dari adonan bahan yang dihaluskan (seperti tepung tapioka atau tumbukan biji melinjo), rengginang tidak dihancurkan, sehingga bentuk butiran nasi masih tampak. Tidak heran bila *home industry* rengginang menjadi salah satu kerajinan rumah tangga yang mempunyai pengaruh signifikan bagi peningkatan kesejahteraan rakyat dan membantu mengurangi kebutuhan hidup yang sangat mendesak. Keberadaan *home industry* rengginang menjadi bagian penting bagi masyarakat guna melestarikan salah satu potensi lokal yang niscaya ditawarkan kepada khalayak ramai. Sebagai bagian dari jenis ritel makanan rumah tangga, rengginang diharapkan tetap bersaing dalam mengembangkan potensi lokal yang sedang berkembang pesat tersebut.

Kita pun patut bangga dengan kekayaan kuliner Indonesia yang mampu bersaing dan memberikan rasa optimisme terhadap potensi ritel makanan yang dapat digali sebagai keunggulan dan keistimewaan masing-masing daerah. Rengginang sebagai bagian dari bisnis ritel makanan memiliki sejumlah nilai strategis lain dilihat dari aspek pemberdayaan ekonomi rakyat, pengurangan angka kemiskinan dan pengangguran, pemanfaatan sumber daya alam hingga pelestarian budaya bangsa. Lebih dari itu, industri makanan khas daerah khususnya oleh-oleh, memiliki potensi besar untuk menembus pasar Internasional. Jika ini terwujud, akan lebih banyak manfaat yang bisa diperoleh dari bisnis ritel makanan tersebut sehingga dapat menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya di lingkungan masyarakat pedesaan.

Jika dicermati dari besarnya potensi dan nilai strategis yang dimilikinya, bisnis ritel makanan berbasis *local wisdom* ini seharusnya menjadi perhatian semua pihak khususnya pemerintah daerah dan pihak terkait. Itulah sebabnya, bisnis ritel makanan ini diharapkan tetap eksis dari waktu ke waktu walaupun diterpa badai krisis yang dapat mengurangi optimisme masyarakat dalam menggerakkan industri rumah tangga tersebut. Melihat trend dan pertumbuhan potensi ritel makanan pada tahun 2007 lalu telah terdapat tidak

kurang dari 140.000 unit usaha yang bergerak di produksi makanan tradisional, di mana 45.000 merupakan industri berskala kecil dan menengah (IKM) dan 95.000 merupakan industri rumah tangga (non-formal). Tenaga kerja yang berhasil diserap secara langsung mencapai 340.000 orang, di mana IKM sebanyak 180.000 orang dan rumah tangga sebanyak 160.000 orang. (*Suara Karya*, edisi 18 Juli 2007).

Kendati demikian, pengembangan *home industry* rengginang membutuhkan etos kerja yang tinggi dengan penuh keyakinan mendalam sebagai watak dasar dari masyarakat Madura yang dikenal pekerja keras. Pendek kata, etos kerja menjadi landasan perilaku diri sendiri dan lingkungan sekitarnya, yang terpancar dalam kehidupan masyarakat secara keseluruhan. (Geertz, 1973: 127). Masyarakat yang memiliki etos kerja tinggi, pada gilirannya akan mampu mengembangkan potensi desanya, terutama optimalisasi terhadap pengembangan *home industry* rengginang sebagai produk rumah tangga yang cukup potensial bagi peningkatan ekonomi masyarakat.

Rengginang sebagai bagian dari *home industry* di Pamekasan menjadi salah satu potensi produk lokal yang paling mencerahkan bagi masyarakat guna berupaya meniti karir dengan lapangan pekerjaan yang telah dibangun. Pada kenyataannya, pengembangan potensi rumah tangga di sebuah wilayah yang jauh dari perkotaan, merupakan nilai-nilai lokal yang menyajikan suatu pencerahan bagi masyarakat agar tetap percaya diri dalam meningkatkan kemampuannya di bidang lapangan pekerjaan.

Keberadaan *home industry* rengginang menjadi bagian penting bagi masyarakat guna melestarikan salah satu potensi lokal yang niscaya ditawarkan kepada khalayak ramai. Hal itu menjadi substansial, karena taraf hidup masyarakat masih di bawah harapan dan menjadi problem dilematis bagi terciptanya kemandirian bangsa dengan tetap memanfaatkan potensi yang berkembang dalam kehidupan masyarakat itu sendiri.

Peneliti sangat apresiatif dengan pengembangan *home industry* yang terdapat di kota Pamekasan, karena etos kerja masyarakat begitu sangat kuat untuk tetap bertahan di tengah krisis ekonomi yang berkepanjangan ini. Sebagaimana diketahui bahwa rengginang adalah penganan yang terbuat dari ketan beras dan kemudian digoreng untuk dijadikan makana ringan atau persembahan ketika ada acara adat desa di Madura secara umum. (Depdikbud, 1899: 742). Bagi masyarakat Madura, rengginang bukanlah barang asing karena telah menjadi makanan ringan setiap harinya sehingga produk rumah



tangga ini semakin berkembang pesat dan menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan.



Kalau kita cermati lebih mendalam, ternyata *home industry* rengginang merupakan salah satu tumpuan masyarakat guna menunjang taraf hidupnya yang sangat lemah, apalagi menghadapi tekanan krisis yang cukup krusial ini. Seiring dengan perkembangannya, pada akhirnya rengginang dapat menjadi penopang hidup untuk masyarakat pedesaan yang mempunyai perhatian dan kepedulian untuk mengembangkan salah satu potensi produk rumah tangga ini. Dalam penelitian ini, rengginang memiliki pengaruh terhadap terciptanya lapangan pekerjaan baru yang lebih mapan dan berwawasan kemandirian. Walaupun kita harus sadari, bahwa rengginang bukanlah satu-satunya produk rumah tangga yang paling potensial, melainkan hanya sebagai penunjang dan penopang bagi terciptanya lapangan pekerjaan sendiri tanpa harus meminta bantuan langsung kepada mandiri. Usaha rengginang kalau ditekuni dengan sungguh-sungguh, peneliti merasa yakin nantinya ia bisa menjadi sentrum mata pencaharian masyarakat yang kurang mampu.

Dengan demikian, rengginang merupakan pembudidayaan produksi kue yang terbuat dari beras ketan. Di mana selama ini beras ketan ini belum begitu di budidayakan sehingga tidak memiliki nilai jual yang tinggi. Selama ini ketan hanya digunakan untuk makanan sampingan. Sehingga para petani hanya ala kadarnya saja menanam pada berjenis ketan ini. Namun sekarang masyarakat Pamekasan sudah memasarkan produksi rengginang ini ke berbagai kota kecil maupun besar seperti Surabaya, Semarang dan lain-lain. Hasil dari pembudidayaan rengginang ini dapat menyerap tenaga kerja sehingga membantu pemerintah untuk mengatasi besarnya pengangguran tidak berpendidikan formal dan menambah penghasilan masyarakat.

### C. Kompleksitas Persoalan dalam Pengembangan *Home Industry* Rengginang

Kompleksitas persoalan yang dihadapi pelaku *home industry*, semisal pengusaha rengginang, membuat mereka harus memutar otak untuk

melakukan langkah-langkah antisipatif agar tidak mengalami kerugian yang lebih besar. Jika tidak, pengusaha rumah tangga ini akan gulung tikar dengan sendirinya, karena sudah tidak mampu membeli bahan dan alat produksi yang dibutuhkan. Persoalan pelaku UKM tadi memang sangat beresiko bagi produktifitas dan pada gilirannya bisa memengaruhi pada harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Dari berbagai faktor persoalan mendasar yang dihadapi pelaku *home industry*, regulasi pemerintah menjadi faktor penghambat untuk memasuki pasar penjualan. Di sinilah tantangan pengusaha rumah tangga guna mendapat izin dari Departemen dan merek dagang bagi produk yang akan dijual di pasar swalayan. Berdasarkan penelitian, terdapat beberapa persoalan yang dihadapi UKM, misalnya keterbatasan dana, akses pasar, kelemahan manajerial, dan lain sebagainya.

Regulasi pemerintah barangkali cukup memberikan tekanan bagi para pelaku *home industry* yang tidak memiliki keberanian dan keinginan yang kuat untuk mendapftarkan produk mereka ke Departemen Kesehatan. Tidak heran bila kebijakan pemerintah seringkali merugikan dan memukul pengusaha industri kecil dalam memperoleh izin pemasaran. Tidak hanya itu saja, pengusaha industri justru mendapatkan perlakuan tidak adil dari pemerintah terkait izin usaha yang dipersulit agar mendapat keuntungan yang lebih besar.

Kita memang menyadari bahwa regulasi pemerintah pada dasarnya bertujuan untuk mengakomodasi pelaku *home industry* agar diakui sebagai UKM yang memiliki izin kerja. Namun, yang menjadi masalah bagi pengusaha *home industry* adalah kesulitan mereka dalam mengurus izin Depkes dan merek dagang dalam setiap kemasan yang akan dijual dan dipasarkan ke konsumen. Dari sinilah, kita berharap bahwa pemerintah tidak mempersulit regulasi dan kebijakan yang akan diberlakukan bagi masyarakat yang akan membuka usaha sendiri demi kepentingan ekonomi dan kebutuhan hidup sehari-hari.

Kompleksitas persoalan pelaku *home industry* atau UKM tidak saja memengaruhi hasil kinerja dan produktifitas dalam setiap pemasaran yang akan dikemas dalam bentuk barang dan jasa. Persoalan yang menimpa pelaku UKM pada era perdagangan bebas memang tidak selalu berkaitan dengan persaingan dan ekspansi pasar yang semakin tidak terkendali sehingga bisa saja memunculkan kesenjangan antara pedagang dan konsumen yang tidak berjalan secara sinergis. Kendati demikian, era perdagangan bebas tetap

merupakan tantangan terbesar yang harus dihadapi pelaku UKM yang memang memberikan tekanan bagi tercapainya kegiatan ekonomi yang berjalan di tengah-tengah iklim politik yang kian memanas.

Dalam melakukan ekspansi pasar yang lebih luas, pelaku UKM harus bisa memperhitungkan skala ekonomis yang sering memengaruhi tingkat dan taraf ekonomi masyarakat secara luas. Secara sederhana, skala ekonomis dapat dipahami sebagai suatu ukuran kuantitas produksi yang maksimal, yang bisa menghasilkan keuntungan besar bagi peningkatan taraf hidup. Di sinilah skala ekonomis menjadi sangat penting dalam mempengaruhi kegiatan-kegiatan produksi, terutama bagaimana meningkatkan kualitas dan produktifitas nilai yang berkaitan langsung dengan masa depan ekonomi bangsa secara keseluruhan. Kendati begitu, skala ekonomis tidak bergantung pada hasil produksi secara person, melainkan hanya berlaku bagi produsen yang memproduksi barang-barang massal. Ini karena, tidak semua pelaku usaha *home industry* bergerak dalam bidang produksi massal, melainkan juga banyak yang berkecimpung dalam kegiatan usaha kecil-kecilan.

Ketika peneliti melakukan observasi secara langsung dan melakukan wawancara dengan pengrajin rengginang, ternyata sebagian besar mereka mengaku mendapatkan banyak kendala dan hambatan yang cukup krusial mengganggu proses perkembangan *home industry* rengginang. Berbagai kendala yang dikemukakan para pengusaha rengginang ini lebih mengacu pada keterbatasan dana atau modal dan target pemasaran yang kurang luas. Namun, mereka tetap bertahan dengan segala keterbatasan walaupun dilanda banyak hambatan yang krusial. Dari hasil survei terhadap kelompok *home industry* di Pamekasan Madura, peneliti banyak menemukan masalah yang dihadapi sebagai berikut.

*Pertama*, dari sisi pengetahuan akan sistem pencatatan dan pembukuan kegiatan operasional produksi *home industry* di Pamekasan, ternyata masih ada *home industry* yang belum secara optimal mengetahui bagaimana sistem pencatatan dan pembukuan yang baik dan benar. Beberapa *home industry* hanya memperkirakan jumlah laba yang diperoleh dengan membandingkan jumlah modal yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk dengan hasil jual yang diperoleh dengan tidak memperhitungkan biaya-biaya yang tidak langsung dikeluarkan, tetapi biaya tersebut melekat pada saat proses produksi contohnya biaya listrik, dan hanya memperhitungkan uang tunai yang mereka keluarkan untuk memperoleh bahan-bahan untuk memproduksi produk sehingga perhitungan yang diperoleh kurang akurat. Permasalahan ini,

secara tidak langsung mempersempit pengembangan produk rengginang agar tetap bertahan di tengah munculnya berbagai macam *home industry*.

Menyikapi masalah pembukuan dan pencacatan yang kurang baik, maka dibutuhkan upaya sinergis untuk melakukan bimbingan dengan cara mendatangi langsung ke tempat *home industry* yang memproduksi rengginang, dimana tujuan dari bimbingan langsung ini adalah untuk peningkatan pengetahuan tentang sistem pencatatan dan pembukuan kegiatan operasional produksinya. Dengan demikian, peneliti berharap dengan adanya bimbingan langsung ini dapat menjadi barometer di masa yang akan datang agar usaha pemberdayaan ekonomi selanjutnya berkembang lebih menjanjikan, baik oleh pemerintah maupun swasta. Yang terpenting juga bahwa taraf ekonomi masyarakat bisa lebih baik dan secara langsung meningkat tajam demi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Terlepas dari itu semua, setelah peneliti memberikan penjelasan dan gambaran tentang sistem pencatatan dan pembukuan operasional industri secara sederhana serta melakukan perhitungan riil atas biaya operasionalnya, akhirnya ditemukan jumlah yang berbeda dengan hasil perhitungan warga Pamekasan. Setelah dicermati, mereka menyadari bahwa harga jual per-unit produk yang dikenakan selama ini terlalu kecil sehingga laba yang diperoleh cukup minim. Selanjutnya, peneliti menambahkan lagi berbagai penjelasan tentang sistem pencatatan dan pembukuan yang sederhana serta mudah dimengerti. Selain itu perlu menyesuaikan sistem pembukuan yang diperoleh di kampus dengan kenyataan riil operasional usaha *home industry* rengginang serta memberikan contoh perhitungannya, akhirnya warga tersebut paham dan berkeinginan untuk menerapkannya dalam perhitungan keuangan kegiatan operasional usahanya.

*Kedua*, dari sisi minimnya alat operasional produksi khususnya alat-alat produksi yang modern. Alat-alat produksi itu digunakan sebagai upaya untuk menghasilkan hasil produksi yang memuaskan sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen yang tertarik dengan pengembangan *home industry* rengginang. Peneliti menyadari, alat-alat produksi untuk pengembangan rengginang dapat menjadi nilai plus bagi keunikan dan keistimewaan produk rumah tangga ini. Di balik itu semua, kita memang harus mengakui kalau alat-alat produksi rumah tangga masih sangat minim dan belum memenuhi standard dalam mengembangkan berbagai macam produk yang berkembang di Indonesia.



Pengetahuan akan informasi pengadaan alat-alat produksi serta kurangnya modal dalam mengembangkan usahanya, misalnya tidak mampu membeli alat operasional yang memadai dan lebih menunjang kegiatan operasional produksinya untuk mencapai hasil yang maksimal merupakan problem tersendiri yang dihadapi oleh bangsa kita. Apalagi kalau kita mengacu pada hasil produksi yang diperoleh, ternyata masih berskala kecil karena mereka menggunakan alat operasional produksi seadanya dan masih tradisional. Untuk mengatasi permasalahan, kita harus mengadakan penyuluhan dan bimbingan dari pihak terkait yang berkomitmen dengan pengadaan alat-alat produksi. Di mana yang bertindak sebagai nara sumber dalam penyuluhan tersebut adalah salah satu pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan secara langsung menjelaskan bagaimana prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh agar mudah dan cepat memperoleh dana untuk menambah modal usaha. Dengan jalan ini, masyarakat akan semakin mudah mengembangkan produksinya tanpa harus mengeluarkan banyak biaya karena sudah ada yang menyediakan secara gratis.

*Ketiga*, dari sisi tingkat pemasaran dan distribusi hasil produksi. Hasil produksi rengginang masyarakat Pamekasan masih dipasarkan di daerah sekitar. Dari sisi ini peneliti melihat bahwa ada berbagai aspek yang mempengaruhi tingkat pemasaran dan distribusi hasil produksi *home industry* di Pamekasan masih ada yang belum optimal, yaitu disebabkan oleh ketergantungan pada kondisi alam sekitar dan mereka dihadapkan dengan bahan baku yang musiman. Selain itu masih ada *home industry* yang sudah merasa puas dengan hasil yang diperoleh, padahal produk yang mereka produksi masih bisa dipasarkan ke daerah-daerah yang lebih luas.

Kalau kita telusuri secara lebih mendalam, produk-produk masyarakat Pamekasan cukup menjanjikan, hanya saja jalur distribusi pemasarannya belum maksimal karena belum ada usaha untuk meningkatkan tingkat pemasaran dengan memperbanyak jalur distribusi. Hal ini disebabkan juga oleh produk yang mereka hasilkan belum bervariasi baik dari segi bentuk, rasa dan kemasan. *Home industry* masih kesulitan untuk mendapatkan kemasan yang mereka inginkan. Untuk itu, permasalahan ini peneliti coba pecahkan melalui penyuluhan. Dalam penyuluhan tersebut, nara sumber yang peneliti datangkan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang menjelaskan bagaimana memvariasikan produk baik dari segi bentuk, rasa maupun kemasan. Selain itu nara sumber juga memberikan alternatif lain yang dapat ditempuh untuk mengganti kemasan produk yang lebih menarik serta

memberikan solusi lain untuk memperbanyak jenis usaha jika usaha inti terbentur dengan bahan baku yang sulit diperoleh karena terbentur dengan bahan baku yang musiman. Usaha– usaha yang ditawarkan cukup menarik, mudah dilaksanakan dengan bahan baku mudah didapat.

*Keempat*, dari sisi pengetahuan manajemen untuk *home industry* pendirian dan pengembangan *home industry* tanpa disertai dengan ilmu pengetahuan manajemen tentu hasilnya kurang memuaskan. Pendirian dan pengembangan *home industry* dengan landasan ikut– ikutan usaha tetangga yang terlihat sukses tanpa mempertimbangkan beberapa hal yang tercakup dalam pengetahuan manajemen tentu usaha tersebut tidak akan berlangsung lama. Dalam Ilmu Manajemen akan diajarkan beberapa hal yang mencakup bagaimana memulai dan mengembangkan suatu usaha. Berhubung warga Pamekasan masih ada mengeyam pendidikan yang tidak terlalu tinggi, maka peneliti mencoba melakukan presentasi yang didalamnya menjelaskan bagaimana ilmu manajemen tersebut.

#### **D. Managemen Pemasaran Produksi Home Industry Rengginang di Desa Montok Kecamatan Larangan Pamekasan**

Berbicara masalah proses maupun ruang lingkup pemasaran rengginang, maka kita tidak boleh lepas dari yang namanya awal ketika pengrajin rengginang di Pamekasan memasarkan dan menjual produksi rumah tangganya. Proses pemasaran ini, merupakan langkah strategis dalam meningkatkan nilai jual rengginang bagi para konsumen yang tertarik dengan cita rasa rengginang. Peneliti berkeyakinan kalau promosi pemasaran rengginang dilakukan dengan konsisten dan tetap mempertahankan nilai keunikan rengginang, maka masa depan rengginang ke depan akan semakin mendapatkan hati di masyarakat.

Bila bercermin pada usaha *home industry* yang lain, rengginang termasuk potensi lokal yang cukup berkembang pesat dan memperoleh apresiasi penuh dari banyak perusahaan. Keunikan dan keistimewaan rengginang memberikan daya tarik dan nilai jual yang cukup tinggi bagi kalangan masyarakat luas, sehingga rengginang pun menjadi makanan favorit bagi warga Pamekasan dan Madura secara umum.

Dari hasil wawancara dan observasi langsung dengan warga, peneliti memang mendapatkan informasi tambahan, kalau rengginang biasa dihidangkan ketika ada acara–acara besar, seperti pernikahan, perayaan Hari Besar Islam, maupun acara selamatan. Tidak heran, bila rengginang sangat disukai dan telah melekat dalam hati masyarakat Pamekasan, sehingga



memperkuat keyakinan kita akan pelestarian *home industry* lokal di tengah gempuran modernitas yang sangat memberikan tekanan luar biasa bagi tegaknya produk rumah tangga masyarakat (Hasil wawancara dengan Ibu Maimunah, 20 September 2018).

Sejauh ini, pemasaran rengginang bagi konsumen yang tertarik boleh dibilang mencapai target yang diinginkan. Masyarakat sendiri sudah mampu mendirikan toko untuk menjual rengginang yang sudah siap digoreng. Sebagian besar, konsumen yang langsung datang ke toko untuk membeli rengginang yang mempunyai mutu dan kualitas yang terjamin gurihnya. Awalnya memang tidak dipasarkan, namun setelah melihat perkembangan dan kemajuan rengginang, maka masyarakat mulai sadar untuk memasarkan *home industry* rengginang ke pasaran, sehingga dengan usaha tersebut pengembangan rengginang mampu menampilkan hasil yang optimal. Bahkan, pemasarannya tidak hanya dalam taraf regional maupun nasional, melainkan sudah mencapai luar negeri, seperti Malaysia dan Singapura.

Proses awal pemasarannya memang ada yang menjadi agen langsung yang bolak-balik ke luar negeri untuk memasarkan dan menjual rengginang ke konsumen yang ingin membeli. Tanggapan mereka sangat apresiatif terhadap hasil produksi rengginang yang dinilai memberikan cita rasa khas bagi masyarakat. Para konsumen mengakui bahwa rasa rengginang yang dipasarkan tersebut memiliki keunikan rasa yang sangat gurih dan memberikan kepuasan tersendiri bagi masyarakat.

Bagi masyarakat Pamekasan, tren dan pertumbuhan produk merupakan salah satu upaya maksimal yang hendak dilakukan guna membangun semangat kewirausahaan yang mandiri dan berwawasan *vocational skill*. Kemandirian dalam usaha rengginang juga bagian penting dari pengembangan potensi-potensi lokal yang mesti terus diberdayakan kelestariannya. Melalui semangat kewirausahaan yang tinggi, kita dihadapkan pada satu kenyataan hidup untuk terlepas dari kubangan persoalan, terutama menyangkut kesenjangan sosial maupun persoalan kemiskinan (M. Dawam Rahardjo, 2005).

Menyikapi persoalan kesenjangan sosial maupun persoalan kemiskinan yang melilit bangsa kita, ada baiknya kalau kita tetap berpegang teguh pada budaya kemandirian sebagai penopang laju pertumbuhan ekonomi masyarakat secara keseluruhan. Budaya kemandirian adalah proyeksi terciptanya bangunan kemanusiaan yang dilandasi dengan semangat dalam menciptakan lapangan pekerjaan maupu usaha-usaha baru yang lebih



mencerahkan. Di tengah kompleksitas kehidupan yang semakin mengalami perubahan, maka cara yang paling tepat untuk mengatasi masalah itu adalah dengan menanamkan semangat berwirausaha kepada generasi muda agar kelak di masa depan ia mampu tampil dominan dan bisa diandalkan untuk membangun kemajuan bangsa secara integral.

Atas dasar itu semua, kita perlu membangun semangat solidaritas dalam rangka melestarikan kekayaan produksi rumah tangga yang bernilai tinggi dan memberikan pencerahan bagi kelangsungan hidup masyarakat Pamekasan. Menyangkut tren dan pertumbuhan *home industry* rengginang di Pamekasan, maka langkah progresif untuk meningkatkan daya saing dengan *home industry* lainnya adalah dengan tetap menjaga cita rasa dan keunikan yang terdapat dalam kemasan rengginang itu sendiri. Peneliti menyadari, kalau tren dan pertumbuhan *home industry* rengginang tetap terpelihara dengan baik, maka prospek dan pemasaran rengginang pun akan semakin meluas sampai mencapai tingkat penghasilan yang signifikan.

Bila mengacu pada landasan dan kemampuan masyarakat dalam mengelola *home industry* rengginang, peneliti merasa yakin kalau pemasaran rengginang ke depan akan mencapai tingkat pertumbuhan dan memberikan tambahan penghasilan bagi masyarakat. Yang paling penting kita perlu melebarkan sayap pemasaran rengginang dengan mengacu pada kesadaran masyarakat guna mempertahankan keunikan dan cita rasa rengginang yang sangat gurih dan nikmat. Masyarakat luar Pamekasan merasa perlu mengadopsi rahasia kegurihan yang terdapat dalam kemasan rengginang.

Ketika melakukan observasi langsung untuk mengetahui tren dan pertumbuhan *home industry* rengginang di Pamekasan, peneliti mendapat kesimpulan sementara bahwa di desa tersebut telah cukup maju pengembangan *home industry* yang disertai dengan kesadaran masyarakat dalam meningkatkan taraf hidupnya di masa depan. Peneliti mengakui kalau pertumbuhan *home industry* rengginang tidak semulus dengan keberadaan *home industry* lain yang mempunyai nilai jual sangat tinggi. Akan tetapi, rengginang tetap menjadi harapan masyarakat agar tetap mewarnai ketatnya persaingan hidup yang semakin kompleks. Jika masyarakat Pamekasan mampu tampil survive dalam menghadapi gempuran modernitas yang cukup pelik ini, maka peneliti yakin rengginang akan tetap berkibar sebagai penopang laju pertumbuhan ekonomi masyarakat secara menyeluruh.

Perkembangan usaha penjualan makanan khususnya makanan ringan saat ini mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal ini dapat dilihat pada



tajamnya persaingan yang terjadi pada pengusaha makanan baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Pengusaha sangat erat kaitannya perkembangan budaya dan trend masyarakat yang sedang berkembang, sebagai contoh masyarakat pedesaan yang biasanya suka dengan makanan tambahan berjenis hasil bumi, namun dengan semakin berkembangnya budaya yang ada di masyarakat lambat laun jenis makanan tambahan dari hasil bumi tersebut mulai ditinggalkan dan beralih pada makanan produksi yang lain.

Ketatnya persaingan tersebut menuntut para pengusaha makanan harus dapat mempertahankan mutu pelayanan dan kualitas produk yang dijualnya, agar kelangsungan hidup perusahaan dapat dipertahankan. Keberhasilan pengusaha makanan sangat ditunjang oleh kualitas produk yang dibuat, harga dan mutu layanan terhadap konsumen. Dengan kata lain keberlangsungan hidup usaha makanan sangat tergantung oleh jumlah penjualan produk di pasar. Konsumen merupakan kunci utama keberhasilan penjualan suatu produk. Oleh karena itu, pengusaha harus mengetahui seluk beluk, kebutuhan, serta selera konsumen yang merupakan target pasar (*target market*) secara mendalam serta faktor-faktor yang menjadi pendorong bagi konsumen untuk mengambil keputusan membeli suatu produk khususnya produk yang berupa makanan tambahan. Dengan mengetahui seluk beluk dan karakter konsumen maka pengusaha dapat mengetahui kebutuhan akan produk yang diinginkan oleh konsumen.

Di samping itu, perencanaan bisnis yang tepat dan matang sangat diperlukan untuk memperoleh return yang sesuai dengan yang diharapkan. Sebab dengan perencanaan yang matang seorang pengusaha akan dapat memperhitungkan besarnya permintaan dan proyeksi penjualan, perhitungan harga pokok penjualan, asumsi strategi-strategi yang akan dilakukan, serta berbagai strategi manajemen untuk pengembangan bisnis itu.

Keberhasilan dalam menyusun strategi pemasaran dan menetapkan kebijakan pemasaran yang akan dilaksanakan perusahaan di dalam mencapai tingkat penjualan yang maksimal, sangat tergantung pada kemampuan pengusaha untuk mendapatkan data dan informasi pemasaran yang lengkap termasuk mempelajari perilaku konsumen. Maka dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan perlu melakukan riset pasar agar produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan benar-benar sesuai dengan permintaan konsumen (Angipora, 1999: 247). Pemasaran merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam

usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan memperoleh laba.

Dewasa ini pemasaran merupakan syarat mutlak bagi sebuah perusahaan yang ingin menarik konsumen sebanyak-banyaknya guna mengkonsumsi produk yang dihasilkan dan skala usaha diharapkan mampu mengatasi permasalahan persaingan yang ada. Dari uraian di atas jelaslah bahwa perubahan teknologi dan informasi serta ketatnya persaingan bisnis yang disebabkan pertumbuhan usaha, jenis barang dan harga, menuntut pelaku bisnis untuk membuat suatu strategi yang berkaitan dengan sumberdaya manusia, dengan jumlah modal yang dimiliki pengusaha, pengalaman usaha, tingkat pendidikan yang dimiliki pengusaha, besar kecilnya usaha, dan jumlah tanggungan keluarga yang dapat dimanfaatkan untuk membantu usaha, dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Lalau, apakah ada nilai yang paling penting dalam menerapkan target pemasaran bagi konsumen? Ternyata nilai itu menjadi penting, karena bisa memberikan optimisme yang berlipat ganda bagi para konsumen guna tetap mempertahankan nilai jual yang terdapat dalam kemasan rengginang. Itulah sebabnya, produk rumah tangga ini, perlu diberdayakan secara lebih berkelanjutan, karena hal itu menyangkut masa depan hidup masyarakat secara keseluruhan. Jika kita memiliki komitmen yang kuat guna mempertahankan nilai jual rengginang ke konsumen, maka peneliti yakin produk rengginang akan semakin mendapatkan tempat yang istimewa bagi masyarakat.

Nilai yang paling penting dalam mempertahankan produk rengginang adalah optimisme dari pengrajin rengginang sendiri, karena hal itu berkaitan dengan semangat dan kepercayaan diri agar tetap berkecimpung dengan hiruk pikuk pemasaran rengginang. Itulah yang penuli sebut dengan rasa optimisme, di mana hal itu berhubungan dengan motivasi sebagai daya dorong untuk meningkatkan sesuatu. Daya dorong inilah yang memberikan spirit baru bagi pengusaha rengginang untuk tetap mempertahankan usahanya walaupun menghadapi kenyataan pahit yang tidak mungkin dihindarkan, semisal kebangkrutan maupun kerugian yang cukup besar.

Peneliti menyadari bahwa optimisme dalam meningkatkan usaha produksi merupakan salah satu upaya strategis guna menciptakan kesadaran dan kepercayaan diri tanpa harus berputus asa dengan semua kenyataan yang akan dihadapi. Bila kita mengacu pada motivasi pengusaha rengginang, maka optimisme dalam bidang produksi maupun pemasaran lebih mengarah pada



dimensi sikap, persepsi, dan tingkah laku para pelaku UKM atau pengusaha rengginang itu sendiri. (Indra Ismawan, 2001). Dimensi-dimensi itulah yang cukup memengaruhi ketahanan pengusaha rengginang dalam menghadapi gejala yang cukup riskan menghantui mereka. Tidak heran bila dimensi-dimensi tersebut dijadikan sebagai alat dan jalan alternatif agar mereka tetap mempertahankan usahanya dengan mengabaikan kekhawatiran yang akan terjadi. Yang terpenting, nilai optimisme dalam bekerja tetap terpelihara dengan baik sehingga apa pun masalahnya bisa diselesaikan dengan pemikiran yang jernih.

Terlepas dari hal itu, perlu ada bimbingan dan penyuluhan bagi para UKM secara umum agar mereka bisa mempertahankan segala macam usaha yang mereka bangun. Hal ini bertujuan untuk mengangkat moril dan keyakinan yang lebih optimis serta mendorong sikap mental dalam bersaing bagi mereka. Demikian pula halnya, mereka perlu mendapatkan kesempatan lebih guna menjaga peluang-peluang kerja yang lebih strategis, apalagi persaingan pasar semakin kompetitif dan tidak mudah untuk dikendalikan. Menghadapi persaingan pasar ini, kita tidak boleh sungkan apalagi merasa tidak mampu untuk berkecimpung di dalamnya. Dengan kata lain, jangan pernah merasa kalau usaha yang kita bangun tidak akan mampu bersaing dan maju, akan tetapi yang harus kita lakukan adalah tetap optimis dan bersikap rendah hati dalam menghadapi setiap persaingan.

Kendati demikian, kita tidak boleh lupa bahwa para pengusaha rengginang, kerap kali menghadapi dilema persaingan karena tidak mampu bertahan ditengah gejala yang muncul. Masalah lain yang perlu dipikirkan adalah persoalan target dalam memproduksi atau memasarkan produknya. Jika masalah ini terabaikan oleh pengusaha rengginang, maka hal itu bisa berakibat fatal terhadap nilai jual rengginang itu sendiri. Maka, mencanangkan target pemasaran bagi para konsumen merupakan salah satu usaha agresif dalam menentukan pencapaian yang lebih membanggakan. Pencapaian target dalam mencanangkan sesuatu merupakan nilai fundamental yang harus dijaga, karena bisa saja ketiadaan target akan semakin memperburuk capaian produksi maupun pemasaran. Pada akhirnya, kita harus meningkatkan nilai optimisme dan target pencapaian yang lebih optimal dan memberikan nilai tambah peningkatan hasil dan pendapatan masyarakat. Apalagi, kalau optimisme itu dibarengi dengan kesuksesan dalam menghadapin tekanan pasar yang cukup menggeliat dan menerobos seluk-beluk usaha masyarakat yang lain.

## E. Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Produksi dan Penghasilan

Kalau kita mau jujur, ternyata krisis moneter yang menimpa bangsa kita tidak menjadi persoalan bagi para UKM atau pengusaha rengginang untuk tetap *survive* dalam mempertahankan usahanya. Bahkan, boleh dibilang kondisi yang demikian bisa menjadi momentum bagi para usaha kecil dan menengah untuk memperluas pangsa pasar dan omzet penghasilan. Kenapa demikian, karena sentrum ekonomi masyarakat bukanlah terletak pada perusahaan besar, melainkan berpusat pada sektor riil di masyarakat, semisal sektor pertanian maupun sektor industri rumah tangga yang memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pertanyaannya, bagaimana strategi yang mereka gunakan untuk menerobos krisis tanpa harus merasakan kondisi yang dilematis itu.

Dalam usaha rengginang dibutuhkan upaya aplikatif untuk meningkatkan eksistensinya di tengah gejolak krisis yang belum reda. Hal ini dimaksudkan untuk memberdayakan potensi-potensi lokal yang berkembang di masyarakat agar tetap bertahan menghadapi segala cobaan yang datang secara tiba-tiba. Pemberdayaan itu bisa dimulai dengan melakukan pembinaan dan bimbingan terhadap kualitas sumber daya manusia pengusaha rengginang, terutama menyangkut masalah keahlian dalam meracik kemasan yang terdapat dalam bungkus rengginang itu sendiri.

Terlepas dari itu semua, kita perlu merancang strategi pemasaran agar produk rumah tangga yang kita tawarkan memiliki nilai jual yang cukup tinggi sehingga bisa mengontrol modal yang telah dikeluarkan sebelumnya. Pada intinya, kita tidak perlu mengiklankan produk di media massa, melainkan cukup dengan memberikan tawaran kepada orang-orang, apakah produk kita bisa memberikan kepuasan atau tidak? Mekanisme demikian, menurut peneliti sudah cukup efektif dalam meningkatkan omzet daya saing sekaligus penghasilan yang diperoleh dari penjualan produk kita.

Namun, bila kita mengacu pada dimensi harga penjualan, maka kita membutuhkan strategi seperti *psychological price*. Menurut analisis Indra Ismawan (2001), kalau produk inferior harganya direduksi, maka kesan inferioritas itu akan semakin tampak. Akan tetapi kalau harganya dinaikkan, maka akan menciptakan citra produk yang lebih baik. Oleh karena itu, maka perlu adanya efisiensi dalam menentukan harga yang pas sesuai tingkat kebutuhan masyarakat. Apalagi, kalau kita mencermati pencapaian produksi rengginang saat ini, maka kita perlu memperhatikan untung rugi guna



memberikan keyakinan akan nilai jual yang ditawarkan. Para pengusaha rengginang harus menyadari akan pentingnya strategi pemasaran yang brilian dan progresif bagi terciptanya kualitas produksi yang dihasilkan sehingga secara terus menerus mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat tanpa terkecuali.

*Pertama*, memberikan bantuan modal bagi para pengusaha rengginang agar tetap survive dalam mengelola dan meningkatkan daya saing dengan *home industry* yang lain. Bantuan modal ini bisa berupa sarana fisik yang menunjang terhadap pembuatan rengginang, semisal tempat penjemuran yang dibuat dari bambu atau jaring yang digunakan untuk membantu dalam proses penjemuran. Tempat penjemuran itu dinamakan dengan bidak atau senoko. Dengan adanya bantuan modal tersebut, diharapkan ada peningkatan kualitas produksi dan omzet penghasilan yang lebih besar dari sebelumnya. Itulah sebabnya, pemerintah perlu memperhatikan masa depan produk rumah tangga masyarakat, apalagi menyangkut usaha kecil menengah yang belum tentu memberikan nilai jual yang tinggi bagi peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Akan tetapi, peneliti sendiri yakin kalau nilai jual atau nilai ekonomis rengginang akan mampu bersaing dengan usaha-usaha rumah tangga lainnya.

*Kedua*, legalisasi *home industry* ke Bappeda. Legalisasi di sini merupakan salah satu cara agar produk yang kita buat dilegalkan dan disahkan ke badan pemerintah daerah dilegitimasi sebagai badan *home industry* yang mempunyai target pemasaran di lingkungan masyarakat. Melalui pelegahan produksi home industry ini, maka jaminan terhadap keabsahan karya produksi bisa dipertanggung jawab secara hukum dan masyarakat. Dalam artian, kita tidak boleh berputus asa dengan produksi yang kita ciptakan, karena hal itu sudah ada yang menjaga dan memantau perkembangan usaha masyarakat secara keseluruhan.

*Ketiga*, membangun koperasi di kalangan pengusaha home industry. Pembangunan home industry ini dapat dijadikan sebagai tempat untuk mengelola modal yang dimiliki oleh para pengrajin rengginang agar tetap terjaga kekuatannya finansialnya. Pembangunan koperasi bagi pengusaha produk rumah tangga menjadi sangat penting guna meningkatkan taraf ekonomi masyarakat yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usahanya. Hal ini sesuai dengan pendapat Mubyarto (1997), bahwa pengembangan koperasi identik dengan pengembangan ekonomi rakyat kecil. Tidak heran bila koperasi dibangun guna melindungi kepentingan kaum lemah dan miskin agar mereka

bisa menciptakan usaha sendiri tanpa harus meminta bantuan kepada pemerintah.

*Keempat*, yang terpenting adalah menjaga standarisasi mutu atau kualitas. Dalam upayanya mempromosikan *home industry* rengginang, kita tidak boleh melupakan kualitas atau mutu yang menjadi ciri khas rengginang. Dalam artian, standard mutu itu bisa dijadikan alat yang ampuh untuk menarik minat konsumen agar merasakan gurihnya rengginang itu sendiri. Bila hal ini bisa dipertahankan dan dijaga secara berkelanjutan, maka peneliti yakin kegiatan pengembangan *home industry* rengginang ke depan akan semakin mengalami peningkatan secara signifikan, apalagi kalau ditunjang oleh pengembangan modal yang cukup mendukung kegiatan produksi rumah tangga tersebut. Itulah sekelumit tentang usaha-usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan target pemasaran rengginang sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumen. Melalui strategi pemasaran yang telah dipaparkan di atas, peneliti merasa yakin kalau pengembangan *home industry* rengginang akan cepat berkembang pesat, apalagi kalau agen-agen yang memasarkan rengginang bergerak lebih cepat dan mampu memikat hati para konsumen.

## F. Simpulan

Rengginang merupakan salah satu jenis panganan yang cukup populer di kalangan masyarakat Pamekasan Madura. Produk ini selain nikmat juga memiliki cita rasa yang gurih dan aroma yang sangat kuat akan udang, maka tidak jarang panganan ini dikonsumsi bersama keluarga di kala waktu bersantai bersama keluarga baik di rumah atau pun di sawah dengan secangkir kopi atau teh maka menambah lezat kala disantap.

Rengginang menjadi salah satu favorit makanan ringan yang digemari di Pamekasan, karena proses pembuatannya yang mudah-meriah sehingga masyarakat semakin tertarik untuk melestarikan potensi kuliener Indonesia ini. Ini karena, salah satu pengaruh *home industry* rengginang bagi kehidupan masyarakat pedesaan adalah membantu meringankan beban hidup sehari-hari. Pengaruh *home industry* rengginang memang tidak bisa disangkal begitu saja, karena manfaat yang diperoleh dari penghasilan tambahan produksi tersebut, dapat memberikan spirit bagi orang tua untuk melayani pendidikan anak sampai perguruan tinggi. Di pamekasan misalnya, usaha produk rumah tangga berupa rengginang ini, ternyata mampu mendatangkan penghasilan yang luar biasa, karena sudah memenuhi kebutuhan utama keluarga.



Peneliti merasa bangga, karena rengginang dapat memberikan keuntungan besar bagi masyarakat secara umum, apalagi kalau usaha rengginang ini dibekali dengan alata-alat produksi yang canggih dapat membantu terhadap kelancaran pengembangan produk rumah tangga ini. Sebagai generasi muda yang kreatif dan inovatif, kita perlu memberikan kesadaran bagi masyarakat bahwa potensi-potensi lokal yang berkembang di desa tidak boleh terabaikan apalagi sampai tidak dihiraukan begitu saja. Kesadaran masyarakat guna melestarikan kekayaan alam dan potensi lokal sangat menentukan terhadap masa depan dan kesejahteraan masyarakat ke depan. Dengan cacatan, pemerintah sebagai pengendali pemerintahan mampu manaruh kepedulian dan perhatian secara penuh guna membantu kelancaran produksi dan keterampilan masyarakat dalam bidang produk rumah tangga.

Pada titik inilah, pengembangan *Home industry* rengginang sangat dibutuhkan dalam mempertahankan potensi lokal yang ada agar tetap terpelihara dengan baik. Melalui pengembangan produk rumah tangga ini, kita menciptakan lapangan pekerjaan dan menyediakannya bagi para karyawan yang hendak menekuni dalam bidang kerajinan atau industri. Itulah sebabnya, peneliti merasa yakin kalau pengembangan *home industry* rengginang dapat menjadi jalan alternatif bagi terpuruknya taraf hidup dan melemahnya sistem perekonomian masyarakat di tengah sindrom keuangan global yang cukup mendera kita semua.

### Daftar Pustaka

Badroen, Faisal Mohammad. *Membangun Bangsa, Membangun Kewirausahaan*, Equilibrium: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 2, No. 2 Januari-April 2005.

Ismawan, Indra. *Sukses di Era Ekonomi Liberal bagi Koperasi dan Perusahaan Kecil-Menengah*. Jakarta: PT. Grafindo, 2001.

Rahardjo, M. Dawam. "*Manifestasi Nilai-Nilai Islam dalam Kegiatan Ekonomi dan Kewirausahaan*," Equilibrium: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 2, No. 2 Januari-April 2005.