

Peningkatan Kapasitas Produksi dan Tata Kelola UMKM Rengginang di Desa Ligarmukti melalui Pendekatan Pemberdayaan Perempuan

Rizki Yuniarti^{1*}, Annathasia P. Erasashanti², Atik Djajanti³, Hikmah AR⁴, Sabrina Aulia Arif⁵

¹ Program Studi Manajemen, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

²³ Program Studi Akuntansi, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

⁴ Program Studi Ekonomi Syariah, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

⁵ Program Studi Manajemen, Perbanas Institute, Jakarta, Indonesia 12940

* E-mail korespondensi : rizki.yuniarti@perbanas.id

ABSTRACT

Kata kunci:

micro-enterprised
production management
traditional food

Diterima: 13 November 2025

Disetujui: 1 Desember 2025

Diterbitkan: 1 Desember 2025

Penerbit:

Perbanas Institute



This work is licensed under Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk memperkuat manajemen produksi dan kapasitas usaha rengginang makanan tradisional yang dikelola oleh kelompok perempuan di Desa Ligarmukti, Klapanunggal – Bogor. Meskipun produk ini telah lama diproduksi sebagai warisan kuliner lokal, keterbatasan pengetahuan tentang standarisasi produk, pengemasan, dan manajemen keuangan telah membatasi potensi ekonominya. Program ini memperkenalkan prosedur produksi yang higienis, pencatatan keuangan yang sederhana, inovasi pengemasan, dan perencanaan pemasaran. Intervensi ini menghasilkan konsistensi produk yang lebih baik, perbaikan pengemasan menggunakan kemasan berlabel, dan peningkatan kesiapan pasar. Uji pasar menunjukkan pertumbuhan penjualan dari 25 bungkus per minggu menjadi 65 bungkus per minggu setelah pendampingan. Analisis biaya menunjukkan bahwa produk ini menghasilkan margin keuntungan sebesar Rp 5.050 per bungkus, dengan titik impas 119 bungkus per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa inisiatif pemberdayaan perempuan berbasis lokal dapat meningkatkan keberlanjutan usaha mikro dan memperkuat peran sosial ekonomi perempuan pedesaan.

I. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi perempuan menjadi isu penting dalam pengembangan masyarakat berbasis desa karena keterlibatan perempuan terbukti meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga serta memperluas akses masyarakat terhadap peluang usaha (Kartika, D, 2020). Meski demikian, sebagian besar UMKM perempuan di wilayah perdesaan masih menghadapi persoalan mendasar seperti keterbatasan teknologi, lemahnya pencatatan keuangan, dan kemampuan pemasaran yang minim (Putri, S, 2019). Kondisi tersebut mengakibatkan produk lokal memiliki nilai jual rendah meskipun potensi komersialnya besar.

Desa Ligarmukti merupakan salah satu kawasan dengan tradisi kuliner khas Sunda, salah satunya produk rengginang berbahan dasar ketan. Produk ini biasanya diolah

secara mandiri atau berbagi antarwarga sebagai konsumsi rumahan. Ketika pandemi COVID-19 berdampak pada pendapatan keluarga, kelompok ibu-ibu desa melihat peluang menjadikan rengginang sebagai produk bernilai ekonomi. Namun, seperti banyak UMKM kuliner di pedesaan, proses produksi belum distandarisasi, kemasan masih sederhana, dan belum ada pencatatan usaha yang memadai.

Studi mengenai UMKM desa menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan produksi, pengelolaan keuangan, dan pengemasan menjadi faktor utama yang menentukan keberlanjutan usaha (Wulandari, M, 2020) (Pratiwi, L. (2018). Oleh karena itu, kegiatan pelatihan ini dirancang untuk memperkenalkan pola kerja produksi higienis, pembagian tugas berbasis kelompok, penggunaan kemasan modern, hingga perhitungan biaya produksi dan harga jual. Pendekatan ini mengacu pada model pelatihan partisipatif yang menempatkan perempuan sebagai aktor utama perubahan sosial (Suryanto, A, 2021).

Tujuan kegiatan ini adalah:

1. meningkatkan kapasitas teknis produksi,
2. memperkenalkan pencatatan biaya dan keuntungan,
3. menghasilkan produk yang layak jual, dan
4. membuka peluang pemasaran di tingkat lokal maupun digital.

Dengan demikian, pengembangan manajemen produksi rengginang di Desa Ligarmukti bukan hanya upaya ekonomi, tetapi juga proses transformasi sosial yang memberikan ruang bagi perempuan untuk berdaya, dihargai, dan mandiri. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan pendampingan, proses kegiatan, serta dampaknya terhadap peningkatan kapasitas produksi dan keberlanjutan usaha perempuan desa.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipasi, di mana peserta terlibat langsung dalam proses pelatihan dan dilakukan pada tanggal 11 Juli 2025 pukul 11.00 - 13.00 di Desa Ligarmukti.

Tabel 1 Rundown Acara

Waktu	Kegiatan
11.00 - 11.15	Pembukaan Kegiatan
11.16 - 11.30	Perkenalan Dosen
11.31 - 12.00	Pemaparan Materi dan Praktek
12.01 - 12.30	Sesi Diskusi
12.31 - 13.00	Penutup

Tahapan kegiatan meliputi:

1. Analisis situasi awal
Observasi lapangan untuk mengidentifikasi pola kerja, kendala, dan potensi produksi rengginang yang sudah berjalan secara swadaya.
2. Pelatihan teknis produksi
 - a. Standarisasi ukuran dan takaran bahan
 - b. Teknik pengukusan dan penjemuran
 - c. Higienitas ruang produksi dan peralatan
3. Manajemen usaha dan pencatatan keuangan
Peserta diperkenalkan perhitungan harga pokok produksi (HPP), biaya variabel, biaya tetap, laba, dan harga jual.
4. Inovasi kemasan dan branding
Perancangan kemasan standing pouch dengan label, informasi produk, dan identitas usaha.
5. Uji pasar dan evaluasi
Uji pasar dilakukan di warung, koperasi, dan bazar lokal untuk melihat respon konsumen dan kelayakan harga jual.

III. PEMBAHASAN

Selama melakukan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat untuk Pemberdayaan Perempuan di Desa Ligarmukti ini terdapat hal-hal yang kami lakukan, antara lain :

1. Penguatan Teknis Produksi

Sebelum pelatihan, pembuatan rengginang masih mengandalkan perkiraan sehingga rasa dan ukuran tidak seragam. Setelah pelatihan, peserta mulai menerapkan standar: perbandingan ketan, bumbu, proses penjemuran hingga kadar kekeringan. Standarisasi terbukti meningkatkan konsistensi mutu produk. Pendekatan ini sesuai dengan temuan Suryanto bahwa UMKM pangan tradisional yang menerapkan standar produksi mengalami peningkatan daya saing dan harga jual produk (Utami, R, 2020). Perempuan peserta pelatihan juga belajar memastikan higienitas dapur produksi, sanitasi peralatan, dan ruang pengemasan sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, sesuai temuan Utami yang menyebutkan bahwa keamanan pangan merupakan variabel penting dalam keputusan pembelian (Lestari, N, 2021). Praktik ini penting karena konsumen semakin mempertimbangkan kualitas dan keamanan pangan.

2. Perubahan Manajemen Usaha

Manajemen usaha menjadi aspek yang sering diabaikan oleh UMKM desa. Peserta mulai mencatat pembelian bahan, pengeluaran operasional, dan hasil penjualan. Langkah sederhana ini membuat peserta mampu memperkirakan laba harian dan mingguan. Kegiatan tersebut relevan dengan penelitian Lestari (2021) menegaskan

bahwa literasi keuangan sederhana dapat meningkatkan keberlanjutan UMKM rumah tangga (Hakim, Y, 2019). Ketika perempuan memahami struktur biaya dan keuntungan, mereka lebih berani menetapkan harga jual yang layak, bukan sekadar mengikuti pola lama “asal laku”.

3. Inovasi Kemasan dan Branding

Sebelum program, rengginang dikemas dalam plastik polos tanpa identitas usaha. Setelah pelatihan, peserta menggunakan *standing pouch* dengan label yang berisi komposisi, berat bersih, kontak UMKM, dan desain menarik sehingga minat konsumen meningkat signifikan. Kemasan baru juga menegaskan citra produk sebagai oleh-oleh khas desa. Produk yang diberi *tagline* “Krenyeees Pisaaan”, memperkuat identitas lokal Sunda. Kemasan modern mempengaruhi persepsi konsumen dan dapat meningkatkan nilai jual produk. Hakim menyatakan bahwa fungsi kemasan tidak hanya melindungi produk tetapi menjadi alat promosi visual (Suryani, A, 2022). Setelah kemasan baru digunakan, rengginang mulai dijual pada acara-acara bazar di kecamatan.

4. Uji Pasar

Penjualan sebelum pendampingan hanya sekitar 20–25 pack/minggu. Setelah pendampingan meningkat hingga rata-rata 65 pack/minggu. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kemasan memiliki hubungan langsung dengan daya beli masyarakat.

5. Analisis Biaya dan Titik Impas

Perhitungan HPP per pack adalah Rp 2.950. Dengan harga jual Rp 8.000, margin keuntungan menjadi Rp 5.050 per pack. Mengacu pada asumsi biaya tetap Rp 600.000/bulan, titik impas dicapai pada 119 pack/bulan, atau sekitar 30 pack/minggu. Karena penjualan setelah pendampingan berada di atas angka tersebut, usaha dapat dikategorikan layak dan menguntungkan.

6. Dampak Sosial

Selain peningkatan pendapatan, peserta menyatakan adanya perubahan kepercayaan diri dan posisi tawar dalam pengambilan keputusan ekonomi keluarga. Temuan ini konsisten dengan konsep pemberdayaan bahwa keterlibatan perempuan dalam aktivitas ekonomi dapat meningkatkan kemandirian dan identitas sosial [10].



Gambar 1. Produk Rengginang Ligarmukti



Gambar 2. Proses Penjemuran Produk Rengginang



Gambar 3. Proses Pengemasan Produk Rengginang

IV. KESIMPULAN

Pendampingan UMKM rengginang di Desa Ligarmukti berhasil meningkatkan standarisasi produksi, pengelolaan usaha, serta nilai ekonomi produk. Peningkatan kapasitas peserta membuat produk layak masuk pasar lokal dengan harga premium dan kemasan profesional. Berdasarkan hasil uji pasar, usaha ini telah melampaui titik impas dan memiliki potensi berkembang melalui digital marketing dan perizinan usaha. Program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan berbasis potensi lokal bukan hanya menghasilkan manfaat ekonomi, tetapi juga penguatan sosial dan identitas komunitas.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Perbanas Institute, Pemerintah Desa Ligarmukti, dan ibu-ibu PKK, beserta rekan-rekan dosen dan mahasiswa yang telah terlibat dalam pelaksanaan program ini dengan baik dan lancar.

DAFTAR HADIR PESERTA

Peserta yang mengikuti pelatihan ini merupakan Ibu-Ibu PKK yang tergabung dalam Rumah Produksi Sejahtera di Desa Ligarmukti Klapanunggal Kab. Bogor dengan data berikut :

1. Ibu Karti
2. Ibu Ida Rosita
3. Ibu Samih
4. Ibu Onah
5. Ibu Nursih
6. Ibu Aan Darwati
7. Ibu Anis Marsela
8. Ibu Anis Bt. Amang
9. Ibu Iroh

DAFTAR REFERENSI

- Kartika, D. (2020). Peran UMKM Perempuan terhadap Ekonomi Keluarga. "Jurnal Pemberdayaan Masyarakat", 5(2), 101–112.
- Hasanah, A. (2021). Hambatan UMKM Desa dalam Pengembangan Usaha. "Jurnal Ekonomi Mikro", 3(1), 44–52.
- Putri, S. (2019). "Manajemen Usaha UMKM Berbasis Rumah Tangga". Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, M. (2020). Pendidikan Perempuan Desa dan Akses Ekonomi. "Jurnal Sosial Humaniora", 8(1), 66–77.
- Pratiwi, L. (2018). "Model Pendampingan UMKM Berbasis Partisipasi Perempuan". Surabaya: UNESA Press.
- Suryanto, A. (2021). *Standarisasi Produksi Pangan Lokal UMKM*. Jurnal Agroindustri, 9(2), 55–63.
- Utami, R. (2020). Kesadaran Konsumen terhadap Higienitas Produk Pangan. "Jurnal Konsumen Indonesia", 2(1), 21–33.
- Lestari, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keberlanjutan UMKM. "Jurnal Manajemen Kewirausahaan", 5(1), 11–20.
- Hakim, Y. (2019). "Kemasan dan Branding UMKM". Jakarta: Prenada Media.
- Suryani, A. (2022). Pemberdayaan Perempuan Desa melalui UMKM. "Jurnal Gender & Sosial", 7(2), 91–104.