

## ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG BISNIS RANGGINANG DI KECAMATAN CIPARAY

**Chika Cantika**

Program Studi Manajemen STIE STEMBI Bandung  
Email : Chikacantika2709@gmail.com

**Supriyadi**

Program Studi Manajemen STIE STEMBI Bandung,  
Email : [supriyadi@stembi.ac.id](mailto:supriyadi@stembi.ac.id)

### ABSTRAK

**Tujuan** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tantangan dan peluang bisnis produsen rangginang di Ciparay.

**Desain/Metode** Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan mengambil data melalui kuesioner

**Temuan** Peluang bisnis rangginang ialah pasokan bahan baku yang tersedia secara melimpah, keberlanjutan pasokan bahan baku tidak akan terhenti, harga bahan baku relative stabil, daerah pemasaran tidak terbatas, makanan rangginang disukai oleh semua kalangan, harga rangginang terjangkau, rangginang dapat dijadikan buah tangan khas, makanan rangginang tahan lama. Dan ancaman bisnis rangginang ialah tidak adanya bahan baku pengganti, makanan sejenis banyak dipasar, rangginang sulit dijual di toko/outlet modern, tidak adanya bantuan pembinaan, permodalan, pembukaan jaringan pemasaran serta teknologi pengolahan dari pemerintah.

**Implikasi** Sebaiknya pemerintah khususnya pemerintah daerah kabupaten Bandung hendaknya memberikan perhatian terhadap pengembangan UMKM di Ciparay tepatnya dikampung Cikoneng. Jika usaha tersebut mampu berkembang dengan baik, maka akan menjadi meningkatkan PAD bagi pemerintah setempat, disamping itu mampu menyerap tenaga kerja

**Originalitas** materi yang diangkat dalam penelitian ini hasil dari jurnal ilmiah dan penelitian dilakukan langsung oleh peneliti secara individu

**Tipe Penelitian** Studi Empiris

**Kata Kunci** : Tantangan, Peluang dan Bisnis Rangginang

### I. Pendahuluan

Mulai menghilangnya makanan lokal terutama cemilannya karena begitu banyak cemilan yang lebih menarik pasar karena inovasi rasa dan juga kemasan yang menarik. Satu contoh makanan khas Sunda yaitu rangginang yang sekarang begitu sulit untuk ditemui, lebih mudah menemukan cemilan Eropa seperti wafer. Rengginang adalah cemilan olahan dari ketan yang renyah dan gurih. Sekarang sulit ditemui karena kurangnya minat pasar. Dulu makanan ini merajalela disetiap rumah menjadi cemilan inti orang Sunda dan disetiap acara selalu ada tetepi sekarang sulit ditemui. Sebagai generasi muda yang ingin melestarikan budaya khususnya di bidang kuliner mencoba membuat cemilan yang dipandang sebelah mata dan kampung ini menjadi cemilan istimewa dan inovatif. Kami mencoba mengembangkan rangginang yang hanya satu rasa menjadi banyak pilihan rasa dan menggunakan kemasan yang menarik. Afifah (2015).

Di Indonesia, berbagai bidang bisnis memiliki peluang dan prospek kedepan yang baik karena gaya hidup masyarakat saat ini yang cenderung konsumtif. Bisnis bidang kuliner merupakan salah satu bidang bisnis yang memiliki prospek dan peluang untuk berwirausaha. Salah satu jenis makanan ialah camilan ringan yang ada di masyarakat memang begitu banyak jumlahnya, salah satunya rengginang. Siapa yang sudah pernah menikmati rengginang? Rengginang merupakan salah satu camilan tradisional yang cukup khas dari Indonesia. Rengginang lebih dikenal dengan nama kerupuk rengginang. Berbeda dengan kerupuk umumnya, pada proses pembuatannya, tidak dilakukan proses penggilingan bahan menjadi adonan halus. Beras hanya dimasak menjadi nasi, kemudian dicetak berupa cakram pipih dan dikeringkan. Biasanya kerupuk rengginang sering dijadikan sebagai camilan disaat bersantai bersama keluarga. Camilan ringan satu ini juga sering diujakan di toko-toko, pusat oleh-oleh bahkan juga disediakan di supermarket. Kerupuk rengginang memang sangat banyak dicari dimasyarakat hal ini dikarenakan cita rasa dari kerupuk rengginang yang sangat gurih dan renyah. Kerenyahan serta cita rasa yang dimiliki kerupuk rengginang hingga membuat semua kalangan menyukai camilan ini. Penggemar kerupuk rengginang dimasyarakat memang begitu besar mulai dari kalangan anak-anak hingga kalangan orang dewasa. Tingginya peminat masyarakat akan olahan kerupuk rengginang hingga membuka kesempatan bisnis yang begitu besar.

Kalau bicara camilan sekelas rengginang, maka Desa Cikoneng. Kec. Ciparay, Kab. Bandung, dari dulu sudah terkenal. Hanya, sampai kini para pengrajin masih memproduksi sendiri-sendiri belum diwadahi dalam sebuah badan usaha ( Pikiran Rakyat, 29 Maret 2012 ) . Di Ciparay khususnya Desa Cikoneng Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung merupakan sentra industri kecil penghasil kerupuk rengginang. Terdapat 15 pengrajin rengginang yang ada di desa Cikoneng diantaranya ada pengrajin besar yang sudah mempunyai label maupun pengrajin kecil yang belum mempunyai label. Industri yang berbahan dasar dari beras ketan merupakan salah satu produk asli masyarakat Ciparay. Tetapi hanya pengrajin kecil yang belum mempunyai label saja yang memasok ke pasar-pasar terdekat, sedangkan pengrajin besar yang sudah mempunyai label menjual sendiri produksinya dengan membuka toko di depan rumah mereka. Banyaknya pesaing pun menjadi tantangan untuk para pengrajin sehingga mereka berlomba-lomba menciptakan varian rasa yang baru untuk membedakan rengginang produksi mereka . Mengingat industri kerupuk rengginang tersebut apabila dilakukan pemberdayaan bukan tidak mungkin bisa menjadi sumber ekonomi potensial sekaligus menjadi simbol kebanggaan dari masyarakat Ciparay yang nantinya juga diharapkan semakin banyak UKM yang berkembang akan dapat berdampak pada penyerapan tenaga kerja serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Maka dari itu perlu untuk mengetahui dan membahas tentang analisis tantangan dan peluang bisnis rengginang sehingga dapat diketahui bagaimana perkembangan UKM Kerupuk Rengginang di Kabupaten Bandung. Berdasarkan keseluruhan uraian di atas, peneliti merumuskan yaitu Bagaimana Peluang serta Ancaman dari bisnis rengginang?. Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya untuk mendeskripsikan dan menganalisis tantangan dan peluang bisnis produsen rengginang di Ciparay.

## II. Kajian Teori

### a. Analisis peluang dan tantangan

SWOT adalah akronim untuk kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005:46) dalam Widharta & Sugiharto (2013) SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi. Menurut David (2008:8) dalam Widharta & Sugiharto (2013) Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Berikut ini merupakan penjelasan dari SWOT David (2005:47) dalam Widharta & Sugiharto (2013) yaitu :

- Kekuatan (*Strengths*) Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat

dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar

- Kelemahan (*Weakness*) Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat meruoakan sumber dari kelemahan perusahaan.
- Peluang (*Opportunities*) Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan – kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.
- Ancaman (*Threats*) Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

#### a. Faktor Eksternal yang mempengaruhi kinerja bisnis UKM

Menurut Veithzal (2005) dalam Purwidiyanti dan Rahayu (2015) Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Kinerja usaha yang diperoleh oleh industry kecil dan menengah kadangkala terkendala oleh beberapa kelemahan yang dimiliki oleh UKM itu sendiri.

Perkembangan industri kecil dipengaruhi oleh variabel atau faktor yang berasal dari dalam unit usaha maupun dari luar usaha. Faktor yang berasal dari luar antara lain (1). Dukungan berupa bantuan teknis dan keuangan dari pihak pemerintah/swasta, (2). Kondisi perekonomian yang mencerminkan dari permintaan pasar domestik maupun dunia dan (3). Kemajuan teknologi dalam industri.

#### b. Peluang pasar

Peluang pasar adalah besarnya pasar dan masih diharapkan untuk menyerap produk perusahaan itu. Menurut Kotler (2003:427) dalam Zuhendrawan et al., (2014) peluang pasar adalah sebuah arena yang menarik kegiatan pemasaran dalam perusahaan tertentu akan meraih keunggulan bersaing. Alasan perlu dilakukan analisa peluang pasar antara lain menurut Basu dan Irawan (2001:55) dalam Zuhendrawan et al., (2014) banyaknya perusahaan memulai usahanya karena mengetahui adanya kesempatan yang baik. Dapat dikatakan bahwa perusahaan mempunyai suatu tujuan atau melakukan sesuatu karena adanya kesempatan atau peluang.

#### c. Persaingan Bisnis

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu dinamika tersendiri yang tidak dapat dihindari. Bagi beberapa pebisnis, persaingan berkonotasi negatif karena bisa mengancam bisnis karena takut akan berkurangnya profit atau konsumen lebih memilih harga rendah dari pesaing. Namun pada kenyataannya tidak demikian. Persaingan yang sehat dapat memberikan hal yang baik bagi pebisnis, pesaing itu sendiri dan bahkan para pelanggan.

Undang-Undang (UU) persaingan usaha adalah Undang-undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang bertujuan untuk memelihara pasar kompetitif dari pengaruh kesepakatan dan konspirasi yang cenderung mengurangi dan atau menghilangkan persaingan. Malaka (2014).

#### d. Pengembangan UKM

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. mengemukakan bahwa pengembangan UKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. Afifuddin (2010:180) dalam Alyas dan Rakib (2017). Pengaruh dari pengembangan UMKM di Indonesia dan melihat peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung. Tambunan (2009:04) dalam Alyas dan Rakib (2017).

Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti: (a) Penciptaan iklim usaha yang kondusif, (b) Bantuan Permodalan, (c) Perlindungan Usaha,

(d) Pengembangan Kemitraan, (e) Pelatihan, (f) Mengembangkan Promosi, dan (g) Mengembangkan Kerjasama yang setara. Hafsa (2004:43-44) dalam Alyas dan Rakib (2017).

### III. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai di dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan melakukan survei/observasi, dan menyebarkan kuesioner kepada 15 pengrajin rangginang yang ada di Cikoneng.

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan mengetahui Peluang dan Tantangan bisnis rangginang. Dan dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kajian literatur atau studi pustaka. Pendekatan teori atau konsep dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber, seperti jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan internet. Semua uraian gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran. Fokus Sumber data diperoleh dari penelitian kepustakaan, dokumentasi dan responden. Teknik pengumpulan sampel yaitu sampel jenuh sebanyak 15 responden pengrajin rangginang. Teknik pengumpulan data yaitu melalui kuesioner.

**Tabel 1. OPERASIONALISASI VARIABEL**

DIMENSI	INDIKATOR
Pasokan Bahan Baku	1. Ketersediaan pasokan bahan baku 2. Keberlanjutan pasokan 3. Kestabilan harga bahan baku 4. Tidak ada bahan pengganti bila bahan baku sulit diperoleh
Konsumen	5. Area pemasaran rangginang tidak terbatas 6. Rangginang disukai semua kalangan 7. Harga rangginang terjangkau 8. Rangginang dapat dijadikan buah tangan khas 9. Makanan sejenis Rangginang banyak tersedia di pasar 10. Rangginang sulit masuk dan dijual di toko/outlet modern 11. Makanan Rangginang tidak tahan lama 12. Makanan Rangginang tidak
Pembinaan	13. Bantuan pembinaan manajemen untuk memajukan usaha dari pemerintah atau pihak lain 14. Bantuan permodalan yang tidak memberatkan dari pemerintah atau lembaga lain 15. Bantuan pembukaan jaringan pemasaran dari pemerintah atau pihak lain 16. Bantuan teknologi pengolahan dari pemerintah atau pihak lain

### IV. Hasil Dan Pembahasan

Setelah menyebarkan kuesioner kepada 15 orang responden pengrajin rangginang, maka semua jawaban dari kuesioner akan dihitung dan diolah kemudian di akhir akan terlihat apa tantangan dan peluang berbisnis rangginang.

- a) Profil Responden Berdasarkan Usia :

**Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persen
30 – 40	3 orang	20 %
41 – 50	4 orang	26,7 %
51 – 60	3 orang	20 %

61 – 70	2 orang	13,3 %
71 – 80	3 orang	20 %
Total	15	

Dilihat dari berdasarkan usia responden, usia dari 30 tahun - 40 tahun ada sebanyak 3 orang, usia 41 tahun – 50 tahun sebanyak 4 orang, usia 51 tahun – 60 tahun sebanyak 3 orang, usia 61 tahun – 70 tahun sebanyak 2 orang, dan usia 71 tahun – 80 tahun sebanyak 3 orang.

Berdasarkan Status Pernikahan :

**Tabel 3. Profil Responden Berdasarkan Status Pernikahan**

Status	Frekuensi	persen
Menikah	15 orang	100 %
Belum menikah	-	-
Total	15	

Berdasarkan status pernikahan, sebanyak 15 orang responden berstatus menikah.

Berdasarkan Pendidikan :

**Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Frekuensi	persen
SD – SLTP	9 orang	60 %
SLTA	3 orang	20 %
Pernah kuliah	3 orang	20 %
Total	15	

Berdasarkan tingkat pendidikan responden, tingkat pendidikan SD – SLTP ada sebanyak 9 orang, tingkat SLTA sebanyak 3 orang dan yang pernah kuliah sebanyak 3 orang.

Berdasarkan Lama Usaha :

**Tabel 5. Profil Responden Berdasarkan Lama Usaha**

Lamanya usaha	Frekuensi	persen
< 1 tahun	-	-
2 – 3 tahun	1 orang	6,7 %
> 3 tahun	14 orang	93,3 %
Total	15	

Berdasarkan lamanya usaha, ada 1 orang responden yang sudah menjalani usaha antara 2 – 3 tahun, dan 14 orang responden sudah menjalani usahanya lebih dari 3 tahun.

b) Analisis Jawaban Responden

Berikut adalah jawaban kuesioner yang diperoleh dari 15 orang responden dan hasil secara rinci dapat dilihat dari beberapa tabel dibawah ini .

**Tabel 6. Hasil Pengolahan Data Kuesioner**

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK
1.	Pasokan bahan baku pembuatan Rangginang tersedia secara melimpah	11	4
2.	Keberlanjutan pasokan bahan baku pembuatan Rangginang tidak akan terhenti	11	4
3.	Harga bahan baku pembuatan rangginang relative stabil	12	3
4.	Tidak ada bahan baku pengganti pembuatan rangginang, bila bahan baku sulit diperoleh	10	5
5.	Daerah pemasaran produk rangginang tidak terbatas	9	6
6.	Makanan Rangginang disukai semua kalangan	15	-
7.	Harga rangginang terjangkau	15	-
8.	Rangginang dapat dijadikan buah tangan khas untuk oleh-oleh bagi pendatang dari luar kota	15	-
9.	Makanan sejenis Rangginang banyak tersedia di pasar	15	-
10.	Rangginang sulit masuk dan dijual di toko/outlet modern	9	6
11.	Makanan Rangginang tidak tahan lama	1	14
12.	Makanan Rangginang tidak disukai oleh anak muda	4	11
13.	Ada bantuan pembinaan manajemen untuk memajukan usaha dari pemerintah atau pihak lain	4	11
14.	Ada bantuan permodalan yang tidak memberatkan dari pemerintah atau lembaga lain	1	14
15.	Ada bantuan pembukaan jaringan pemasaran dari pemerintah atau pihak lain	4	11
16.	Ada bantuan teknologi pengolahan dari pemerintah atau pihak lain	1	14

**Deskripsi Data Hasil Penyebaran Kuesioner**

**1) Ketersediaan Bahan Baku**

Item pertama penulis menanyakan ketersediaan bahan baku, dari 15 responden 11 orang menjawab ya dan 4 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya lebih banyak ( 73,3 % ). Hal ini menunjukkan ketersediaan bahan baku merupakan peluang.

Dari hasil analisis tersebut ketersediaan bahan baku pembuatan rangginang yaitu beras ketan tersedia secara melimpah, tidak sulit didapat dan mudah untuk ditanam maka untuk berbisnis rangginang sangat terbuka luas.

**2) Keberlanjutan Pasokan Bahan Baku**

Item kedua penulis menanyakan keberlanjutan pasokan bahan baku dari 15 responden, 11 orang menjawab ya dan 4 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya lebih banyak ( 73,3 % ). Hal ini menunjukkan keberlanjutan pasokan bahan baku merupakan peluang.

Dari hasil analisis tersebut keberlanjutan pasokan bahan baku pembuatan rangginang bagi sebagian besar pengrajin rangginang akan terus berlanjut dan tidak akan terhenti, karena para pengrajin mempunyai langganan pemasok bahan baku mereka masing-masing.maka peluang untuk berbisnis rangginang sangat terbuka luas

**3) Harga Bahan Baku**

Item ketiga penulis menanyakan harga bahan baku dari 15 responden, 12 orang menjawab ya dan 3 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya lebih banyak ( 80 % ). Hal ini menunjukkan harga bahan baku merupakan peluang.

Dari hasil analisis tersebut harga bahan baku pembuatan rangginang relative stabil , karena harga bahan baku yang relative stabil tidak menjadi masalah bagi sebagian besar pengrajin rangginang untuk terus memproduksi rangginang. maka peluang untuk berbisnis rangginang sangat terbuka luas.

**4) Tidak Ada Bahan Baku Pengganti**

Item keempat penulis menanyakan tidak adanya bahan baku pengganti bila bahan baku sulit diperoleh dari 15 responden, 10 orang menjawab ya dan 5 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya lebih banyak ( 66,7 % ). Hal ini menunjukkan bahan baku merupakan tantangan/ancaman bila sulit diperoleh.

Dari hasil analisis tersebut bahan baku pembuatan rangginang menjadi ancaman bagi pengrajin rangginang bila sulit diperoleh, karena apabila bahan baku pembuatan rangginang sulit diperoleh produksi pembuatan rangginang pasti akan terhenti karena selain beras ketan tidak ada lagi bahan baku pengganti untuk membuat rangginang.

**5) Daerah Pemasaran Produk**

Item kelima penulis menanyakan daerah pemasaran produk dari 15 responden, 9 orang menjawab ya dan 6 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya lebih banyak ( 60 % ). Hal ini menunjukkan daerah pemasaran merupakan peluang.

Dari hasil analisis tersebut daerah pemasaran produk rangginang menjadi peluang yang cukup terbuka bagi para pengrajin rangginang karena daerah pemasarannya luas dan tidak terbatas, daerah pemasarannya seperti ke pasar-pasar terdekat dan toko-toko yang menjual makanan ringan khas Sunda.

**6) Makanan rangginang disukai oleh semua kalangan**

Item keenam penulis menanyakan makanan rangginang disukai oleh semua kalangan dari 15 responden, 15 orang menjawab ya. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya sangat banyak ( 100 % ). Hal ini menunjukkan makanan rangginang disukai semua kalangan merupakan peluang.

Dari hasil analisis tersebut peluang berbisnis rangginang sangat terbuka luas, karena tidak ada batasan usia semua kalangan menyukai makanan rangginang mulai dari anak- anak sampai orang dewasa.

**7) Harga Rangginang**

Item ketujuh penulis menanyakan harga rangginang dari 15 responden, 15 orang menjawab ya. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya sangat banyak ( 100 % ). Hal ini menunjukkan harga rangginang terjangkau merupakan peluang untuk berbisnis sangat terbuka luas.

Dari hasil analisis tersebut dari segi harga, rangginang tidak terlalu mahal juga tidak begitu murah di dibandingkan dengan makanan ringan khas yang lain dengan harga Rp.35.000 / kg rangginang bisa dibeli oleh semua kalangan dari mulai kalangan menengah keatas maupun menengah ke bawah.

**8) Rangginang dapat dijadikan buah tangan khas oleh-oleh**

Item kedelapan penulis menanyakan apakah rangginang dapat dijadikan buah tangan khas oleh-oleh bagi pendatang dari luar kota dari 15 responden, 15 orang menjawab ya. Berdasarkan hasil

tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya sangat banyak ( 100 % ). Hal ini menunjukkan peluang untuk berbisnis rangginang terbuka sangat luas.

Dari hasil analisis tersebut rangginang memang menjadi makanan ringan khas yang dijadikan oleh-oleh bagi pendatang dari luar kota, apalagi menjelang bulan ramadan para pengrajin tidak akan berhenti produksi dan akan memperbanyak produksinya dari hari-hari biasanya, menyetok rangginang dengan jumlah yang sangat banyak . Karena di bulan ramadan peminat rangginang sangat membludak dan sangat dicari oleh para peminat yang akan mudik keluar kota untuk dijadikan buah tangan khas.

#### **9) Makanan sejenis rangginang banyak dipasaran**

Item kesembilan penulis menanyakan makanan sejenis rangginang banyak dipasaran dari 15 responden, 15 orang menjawab ya. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya sangat banyak ( 100 % ). Hal ini menunjukkan ancaman bagi para pengrajin rangginang.

Dari hasil analisis tersebut jika makanan sejenis rangginang banyak dipasaran maka menjadi ancaman bagi para pengrajin karena rangginang banyak pengganti dipasaran jika rangginang berhenti diproduksi atau kurangnya peminat dipasaran, sehingga konsumen bisa saja membeli produk selain rangginang untuk pengganti. Oleh karena itu tantangan bagi para pengrajin rangginang adalah harus menambah berbagai varian/jenis rasa agar konsumen tidak menurun atau kurangnya peminat agar tetap bersaing dengan produk yang sejenis.

#### **10) Rangginnang sulit masuk dan dijual ditoko/outlet modern**

Item kesepuluh penulis menanyakan rangginang sulit masuk dan dijual ditoko/outlet modern dari 15 responden, 9 orang menjawab ya dan 6 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab ya lebih banyak ( 60 % ). Hal ini menunjukkan rangginang sulit masuk ke toko/outlet modern menjadi ancaman .

Dari hasil analisis tersebut rangginang hanya dapat ditemui di toko oleh-oleh makanan khas sunda karena rangginang termasuk makanan tradisional, maka rangginang sulit masuk dan dijual di toko/outlet modern. Mungkin jika kemasannya lebih menarik dan terus berinovasi menambahkan berbagai varian rasa sangat tidak mungkin rangginang nantinya bisa masuk ke toko/outlet modern dan bersaing dengan makanan modern saat ini.

#### **11) Makanan rangginang tidak tahan lama**

Item kesebelas penulis menanyakan makanan rangginang tidak tahan lama dari 15 responden, 1 orang menjawab ya dan 14 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab tidak lebih banyak ( 93,3 % ). Hal ini menunjukkan peluang.

Dari hasil analisis tersebut peluang berbisnis rangginang sangat terbuka luas karena dengan ketahaannya yang lama jika di jemur benar-benar kering rangginang bisa bertahan sampai 1 tahun lamanya, maka dari itu para pengrajin biasanya akan menyetok produksinya dengan jumlah yang sangat banyak untuk persediaan menjelang bulan ramadan.

#### **12) Makanan rangginang tidak disukai oleh anak muda**

Item duabelas penulis menanyakan makanan rangginang tidak disukai oleh anak muda dari 15 responden, 4 orang menjawab ya dan 11 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab tidak lebih banyak ( 73,3 % ). Hal ini menunjukkan peluang berbisnis rangginang terbuka sangat luas.

Dari hasil analisis tersebut rangginang banyak disukai oleh anak-anak muda dengan rasa yang gurih dapat dijadikan sebagai camilan ataupun dijadikan teman lauk makan. Oleh karena itu berbisnis rangginang sangat terbuka karena tidak ada batasan usia meskipun makanan rangginang termasuk makanan tradisional tetapi makanan rangginang disukai oleh sebagian anak muda.

#### **13) Pembinaan manajemen dari pemerintah**

Item ketiga belas penulis menanyakan pembinaan manajemen untuk memajukan usaha dari pemerintah atau pihak lain dari 15 responden, 4 orang menjawab ya dan 11 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab tidak lebih banyak ( 73,3 % ). Hal ini menunjukkan pembinaan manajemen merupakan ancaman.

Dari hasil analisis tersebut pembinaan manajemen untuk memajukan usaha dari pemerintah menjadi ancaman untuk sebagian besar pengrajin rangginang, karena pembinaan perlu dilakukan

untuk meningkatkan dan menumbuh kembangkan keahlian serta pengetahuan menjadi lebih luas lagi menjadikan usaha kecil yang tangguh menghadapi krisis serta tumbuh menjadi usaha menengah.

#### 14) Bantuan Permodalan dari Pemerintah

Item keempat belas penulis menanyakan bantuan permodalan dari pemerintah atau pihak lain dari 15 responden, 1 orang menjawab ya dan 14 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab tidak lebih banyak ( 93,3 % ). Hal ini menunjukkan bantuan permodalan merupakan ancaman.

Dari hasil analisis tersebut bantuan permodalan menjadi ancaman. Permodalan menjadi masalah cukup serius untuk hampir semua pengrajin rangginang kecil. karena mereka hanya mengandalkan keuntungan dari penjualan untuk melanjutkan usahanya. Sebagian pengrajin ada yang mengurangi produksinya atau sempat akan terhenti karena masalah permodalan yang mereka alami, mereka berharap adanya bantuan khususnya permodalan dari pemerintah untuk terus melanjutkan usaha mereka.

#### 15) Bantuan pembukaan jaringan pemasaran

Item kelima belas penulis menanyakan bantuan pembukaan jaringan dari pemerintah atau pihak lain dari 15 responden, 4 orang menjawab ya dan 11 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab tidak lebih banyak ( 93,3 % ). Hal ini menunjukkan bantuan pembukaan jaringan merupakan ancaman.

Dari hasil analisis tersebut bantuan pembukaan jaringan menjadi ancaman bagi sebagian besar para pengrajin rangginang . Karena bisnis tanpa jaringan adalah hal yang mustahil, karena setiap bisnis selalu memerlukan jaringan. Dengan tidak dibantunya jaringan pemasaran oleh pemerintah menjadikan produk rangginang mereka tidak akan dikenal oleh masyarakat luas diluar kota ataupun luar pulau.

#### 16) Bantuan teknologi pembuatan dari pemerintah

Item keenam belas penulis menanyakan bantuan teknologi pembuatan dari pemerintah atau pihak lain dari 15 responden, 1 orang menjawab ya dan 14 orang menjawab tidak. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan jumlah responden yang menjawab tidak lebih banyak ( 93,3 % ). Hal ini menunjukkan bantuan permodalan merupakan ancaman.

Dari hasil analisis tersebut bagi hampir seluruh pengrajin rangginang, bantuan teknologi pengolahan menjadi masalah sangat penting apalagi di cuaca musim hujan yang menjadikan rangginang sulit mengering, karena semua pengrajin masih menggunakan alat sederhana untuk mengolah dan menjemur rangginang dan hanya mengandalkan sinar matahari untuk proses pengeringan.

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan untuk berbisnis rangginang lebih banyak peluang nya daripada ancamannya. Dilihat dari pasokan bahan baku yang tersedia secara melimpah, harga bahan baku yang relative stabil, daerah pemasaran yang tidak terbatas, serta makanan rangginang disukai semua kalangan sehingga menjadikan Bisnis usaha rangginang ini sangat berpeluang besar untuk dijadikan sebuah usaha yang menguntungkan.

Kepada para pengrajin rangginang diharapkan untuk dapat menjaga dan memperhatikan kualitas produk agar minat masyarakat tidak menurun, seperti kemasan yang unik dan menarik agar produk rangginang tidak sulit untuk dijual ditoko/outlet modern sehingga bisa bersaing dengan makanan ringan yang sudah modern, serta menambahkan berbagai varian / jenis rasa agar pilihan rangginang semakin bervariasi dan konsumen bertambah. Kepada Pemerintah khususnya Pemerintah daerah kabupaten Bandung hendaknya memberikan perhatian terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung kecamatan Ciparay tepatnya dikampung Cikoneng. Seperti bantuan pembinaan manajemen, bantuan permodalan untuk pengrajin kecil, bantuan pembukaan jaringan pemasaran agar produk bisa dikenal oleh masyarakat luas, serta bantuan teknologi pengolahan. Jika usaha tersebut mampu berkembang dengan baik, maka akan menjadi meningkatkan PAD bagi pemerintah setempat, disamping itu mampu menyerap tenaga kerja. Kepada peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai masalah yang ada hubungannya dengan penelitian ini, diharapkan agar dapat memperbanyak sampel responden serta dengan fokus penelitian yang lebih beragam. Agar hasil penelitian tersebut dapat lebih jauh bermanfaat bagi banyak pihak, dan semoga hasil penelitian berikutnya dapat lebih sempurna dengan hasil penelitian ini.

## V. Penutup

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian analisis peluang dan tantangan yang saya lakukan, dapat disimpulkan bahwa peluang dan tantangan dari bisnis rangginang , yaitu diantaranya :

#### Peluang Bisnis Rangginang

- Pasokan bahan baku tersedia secara melimpah tidak sulit untuk di dapat
- Keberlanjutan pemasok bahan baku yang tidak akan berhenti kepada para pengrajin
- Harga bahan baku yang relative stabil yang menjadikan harga produk tidak terlalu melonjak
  - Daerah pemasaran produk yang tidak terbatas yang menjadikan produk rangginang penyebaran pemasarannya luas.
  - Makanan rangginang disukai banyak kalangan yang menjadikan sangat berpeluang untuk berbisnis karena rangginang disukai dari mulai anak-anak sampai orang dewasa
  - Harga rangginang terjangkau, yang bisa dibeli oleh semua kalangan dari mulai menengah kebawah maupun menengah ke atas
  - Rangginang dapat dijadikan buah tangan khas oleh-oleh bagi pendatang dari luar kota.
  - Makanan rangginang bertahan lama hingga 1 tahun lamanya jika dijemur benar-benar kering.
  - Makanan rangginang disukai oleh anak muda.

#### Tantangan / Ancaman

- Tidak ada bahan baku pengganti pembuatan rangginang, bila bahan baku sulit diperoleh karena beras ketan menjadi bahan baku pokok yang tidak bisa di ganti oleh bahan baku yang lain yang menjadikan ancaman bagi para pengrajin rangginang bila para pemasok beras ketan gagal panen.
- Makanan sejenis rangginang banyak tersedia dipasaran.
- Rangginang sulit masuk dan dijual di toko / outlet modern , bagi sebagian para pengrajin rangginang mengalami kesulitan untuk memasarkan produknya ke toko- toko modern
- Tidak adanya bantuan pembinaan manajemen untuk memajukan usaha dari pemerintah yang menjadikan sebagian besar para pengrajin tidak mengetahui berbagai pembinaan manajemen.
- Tidak adanya bantuan permodalan yang tidak memberatkan dari pemerintah atau lembaga lain, sebagian besar para pengrajin yang ada di Cikoneng adalah para pengrajin kecil yang hanya mengandalkan keuntungan dari hasil penjualan yang mereka butuhkan adalah bantuan permodalan untuk terus melanjutkan usaha mereka.
- Tidak adanya bantuan pembukaan jaringan pemasaran dari pemerintah yang menjadikan produk rangginang tidak dikenal oleh masyarakat luas
- Tidak adanya bantuan teknologi pengolahan dari pemerintah kepada para pengrajin rangginang.

### Saran

- Kepada para pengrajin rangginang diharapkan untuk menambahkan berbagai varian / jenis rasa agar pilihan rangginang semakin bervariasi
- Kepada Pemerintah untuk memperhatikan terhadap pengembangan UMKM di Kabupaten Bandung kecamatan Ciparay tepatnya dikampung Cikoneng.
- Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat memperbanyak sampel responden serta dengan fokus penelitian yang lebih beragam. Agar hasil penelitian berikutnya dapat lebih sempurna dengan hasil penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Afifah, Nur Riezqiyah.2015. " Perencanaan Usaha dengan Analisis SWOT Rengginang ". Melalui [http://www.vdocuments.site\\_analisis.swot.rengginang.htm](http://www.vdocuments.site_analisis.swot.rengginang.htm) {06/12/18}.
- Alyas.,and Muhammad Rakib.2017. " Strategi Pengembangan Usaha Mikro,kecil dan Menengah dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan ". Sosiohumaniora. Vol.19, No.2.Juli:114-120.

Malaka, Mashur.2014.” Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha ”. Jurnal Al-Adl. Vol .7, No.2. Juli.  
 Pikiran Rakyat, 29 Maret 2012 “ Desa Cikoneng Dikenal Karena Rangginang”.  
 Purwidianti, Wida., and Tri Septin Muji Rahayu. 2015. “ Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Industri Kecil dan Menengah di Purwokerto”. KINERJA. Vol.19, No. 1 : 149-159.  
 Widharta, Willy Pratama., and Sugiono Sugiharto. 2013 . “ Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai “ . JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN PETRA. Vol.2, No. 1 : 1-15.  
 Zuhendrawan.,Jushermi., T.Firli Musbar. 2014. “ Analisis Peluang Pasar Penjualan Peumas Pertamina Enduro pada PT.Natitama Pusaka Contranda dikota Pekanbaru “. JOM FEKON.Vol.1,No.2. Oktober.

**Lampiran**

**QUESIONER PENELITIAN  
 ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG USAHA BISNIS RANGGINANG**

**IDENTITAS RESPONDEN**

- 1. Usia : ..... Tahun
- 2. Status Pernikahan : a). Menikah      b). Belum Menikah
- 3. Pendidikan : a). SD – SLTP      b). SLTA      c). Pernah Kuliah
- 4. Lama Usaha : a). < 1 Tahun      b) 2 – 3 Tahun      c). > 3 Tahun

**DAFTAR PERTANYAAN**

NO	PERTANYAAN	YA	TIDAK
1.	Pasokan bahan baku pembuatan Rangginang tersedia secara melimpah		
2.	Keberlanjutan pasokan bahan baku pembuatan Rangginang tidak akan terhenti		
3.	Harga bahan baku pembuatan rangginang relative stabil		
4.	Tidak ada bahan baku pengganti pembuatan rangginang, bila bahan baku sulit diperoleh		
5.	Daerah pemasaran produk rangginang tidak terbatas		
6.	Makanan Rangginang disukai semua kalangan		
7.	Harga rangginang terjangkau		
8.	Rangginang dapat dijadikan buah tangan khas untuk oleh-oleh bagi pendatang dari luar kota		
9.	Makanan sejenis Rangginang banyak tersedia di pasar		
10.	Rangginang sulit masuk dan dijual di toko/outlet modern		
11.	Makanan Rangginang tidak tahan lama		
12.	Makanan Rangginang tidak disukai oleh anak muda		

13.	Ada bantuan pembinaan manajemen untuk memajukan usaha dari pemerintah atau pihak lain		
14.	Ada bantuan permodalan yang tidak memberatkan dari pemerintah atau lembaga lain		
15.	Ada bantuan pembukaan jaringan pemasaran dari pemerintah atau pihak lain		
16.	Ada bantuan teknologi pengolahan dari pemerintah atau pihak lain		