

Usaha Keripik Lokal: Kisah Inspiratif di Balik Rasa, Tantangan, dan Kesuksesan di Desa Sugiharjo Kecamatan Batang Kuis

Vina Aulia¹, Angelina Sipayung², Ramadhan Fitriani³, Muhammad Ridha Syafii Damanik⁴, Syukrie Hidayat⁵

¹⁻⁵Universitas Negeri Medan, Indonesia

Abstract. *This research aims to examine in more depth the business journey, challenges and strategies for developing the local chips business in Sugiharjo Village, Batang Kuis District, Deli Serdang Regency. The local chips business is a popular economic choice because of the easy availability of raw materials and stable market demand. This research uses qualitative methods with a field observation approach and structured interviews. The research results show that despite facing various challenges such as limited capital and fluctuations in raw material prices, this chips business was able to develop thanks to innovation in the production process and digital marketing strategies. This research concludes that the success of a local chips business depends on technological adaptation, appropriate marketing strategies, and efficient resource management. It is hoped that these findings can contribute to local culinary MSMEs in facing challenges and developing their businesses.*

Keywords: MSMEs, marketing, digital, development.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai perjalanan usaha, tantangan, dan strategi pengembangan usaha keripik lokal di Desa Sugiharjo, Kecamatan Batang Kuis, Kabupaten Deli Serdang. Usaha keripik lokal menjadi salah satu pilihan ekonomi yang populer karena ketersediaan bahan baku yang mudah didapat serta permintaan pasar yang stabil. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan observasi lapangan dan wawancara terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal dan fluktuasi harga bahan baku, usaha keripik ini mampu berkembang berkat inovasi dalam proses produksi dan strategi pemasaran digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha keripik lokal bergantung pada adaptasi teknologi, strategi pemasaran yang tepat, dan pengelolaan sumber daya yang efisien. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi UMKM kuliner lokal dalam menghadapi tantangan dan mengembangkan usaha.

Kata Kunci: UMKM, pemasaran, digital, pengembangan.

1. LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki keanekaragaman kuliner yang kaya, termasuk camilan lokal seperti keripik. Keripik berbahan dasar singkong, kentang, atau pisang telah menjadi pilihan utama masyarakat baik sebagai camilan sehari-hari maupun oleh-oleh khas daerah. Sektor kuliner lokal, khususnya UMKM, berkontribusi besar terhadap perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan memberdayakan masyarakat lokal. Salah satu daerah yang memiliki potensi ini adalah Desa Sugiharjo di Kecamatan Batang Kuis, di mana usaha keripik lokal berkembang meskipun dihadapkan pada tantangan produksi dan pemasaran. Minat konsumen terhadap produk kuliner lokal yang otentik dan berkualitas menjadikan usaha keripik di Desa Sugiharjo memiliki peluang pasar yang besar.

Penelitian ini difokuskan pada usaha keripik lokal milik Bapak Syaputra, seorang pelaku UMKM di Desa Sugiharjo yang berusaha mengembangkan usaha keripik dengan bahan

baku lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menggali pengalaman dan strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam mengatasi tantangan, meningkatkan produksi, dan memperluas jangkauan pemasaran.

2. KAJIAN TEORI

Pengertian dan Kategori UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor usaha yang memainkan peran signifikan dalam perekonomian nasional. Berdasarkan UU No. 20 Tahun 2008, UMKM dikelompokkan berdasarkan jumlah kekayaan bersih, hasil penjualan tahunan, dan jumlah pekerja. UMKM juga dapat dibagi ke dalam empat kategori utama: *livelihood activities* (usaha untuk bertahan hidup), *micro enterprise* (usaha kecil yang tidak memiliki sistem administrasi formal), *small dynamic enterprise* (usaha kecil dengan potensi berkembang), dan *fast-moving enterprise* (usaha kecil yang telah memiliki sistem modern dan siap bersaing di pasar global).

Manfaat UMKM bagi Perekonomian Nasional

UMKM memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian melalui peran utamanya dalam meningkatkan produk domestik bruto (PDB), menciptakan lapangan kerja baru, dan menjadi solusi bagi masyarakat kelas menengah untuk meningkatkan taraf hidup. Selain itu, UMKM dikenal fleksibel dalam menghadapi tantangan ekonomi karena skala operasional yang kecil dan mudah beradaptasi dengan perubahan pasar.

Pentingnya Bisnis Kuliner dalam Sektor UMKM

Bisnis kuliner, salah satu subsektor UMKM yang berkembang pesat, memiliki cakupan yang luas mulai dari proses produksi, distribusi, pemasaran, hingga manajemen. Keberhasilan bisnis kuliner sangat dipengaruhi oleh inovasi produk, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran yang kreatif. Usaha kuliner lokal, seperti produk keripik, memiliki peluang besar untuk berkembang karena mengusung keunikan rasa dan bahan baku khas daerah.

Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Lokal

Untuk meningkatkan daya saing, bisnis kuliner lokal memerlukan pendekatan berbasis inovasi dan pemasaran digital. Inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan produk baru dengan keunikan rasa atau bentuk yang menarik, sementara pemasaran digital memanfaatkan

media sosial dan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pengemasan produk yang menarik juga menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen.

Faktor-Faktor Penentu Daya Saing UMKM Kuliner

Keberhasilan UMKM kuliner dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk, strategi pemasaran yang efektif, sumber daya manusia yang kompeten, modal usaha yang memadai, manajemen bisnis yang terorganisir, serta dukungan pemerintah. Kendala yang sering dihadapi mencakup keterbatasan dalam inovasi, peralatan produksi yang kurang memadai, dan kurangnya pengetahuan mengenai promosi online.

Solusi dan Pendekatan untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner

Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM kuliner dapat memanfaatkan promosi digital melalui platform media sosial, e-commerce, dan influencer marketing. Selain itu, kolaborasi dengan pemerintah dan lembaga terkait untuk mendapatkan pelatihan serta akses permodalan juga dapat membantu UMKM kuliner meningkatkan daya saingnya. Inovasi produk yang berkelanjutan dan promosi kreatif menjadi kunci sukses bagi UMKM kuliner di pasar domestik maupun global.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi perjalanan, tantangan, dan strategi pengembangan usaha keripik lokal di Desa Sugiharjo, Kecamatan Batang Kuis. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensinya sebagai pusat produksi keripik lokal yang mendukung perekonomian masyarakat sekitar. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 6 November 2024 selama satu minggu, dengan menggunakan desain penelitian kualitatif deskriptif untuk menggambarkan fenomena secara mendalam. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan langsung di lokasi usaha milik Bapak Syaputra untuk memahami tahapan produksi, kendala bahan baku, dan alat yang digunakan. Wawancara semi-terstruktur menggali informasi tentang motivasi, tantangan, strategi pemasaran, dan rencana pengembangan usaha. Dokumentasi berupa arsip, foto proses produksi, dan catatan mendukung data yang diperoleh dari metode lainnya.

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, meliputi pengumpulan, reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan yang diverifikasi melalui triangulasi. Analisis menunjukkan bahwa tantangan utama meliputi keterbatasan bahan baku, alat produksi, dan persaingan pasar. Strategi pengembangan usaha mencakup inovasi produk,

peningkatan kualitas, dan diversifikasi pemasaran melalui media sosial serta jaringan lokal. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk meningkatkan validitas temuan. Penelitian ini memberikan gambaran tentang pentingnya inovasi dan strategi adaptif dalam mengatasi kendala dan mendukung keberhasilan usaha keripik lokal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perjalanan Usaha dan Tantangan Produksi

Usaha keripik lokal di Desa Sugiharjo dimulai dari skala kecil dan perlahan berkembang dengan memperkenalkan berbagai varian rasa yang diminati konsumen lokal. Dalam proses produksi, Bapak Syaputra sering menghadapi kendala seperti lengketnya bahan baku saat proses pengolahan dan masalah pengemasan produk. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku seperti ubi dan minyak goreng sering kali mempengaruhi biaya produksi. Seiring waktu, pemilik usaha berinovasi dengan menggunakan alat perekat listrik untuk meningkatkan kualitas pengemasan, sehingga produk menjadi lebih awet dan memiliki daya tarik bagi konsumen.

Inovasi dan Strategi Pemasaran

Untuk menghadapi persaingan yang ketat, pemilik usaha memanfaatkan media sosial, seperti Facebook, sebagai saluran pemasaran yang efektif. Melalui pemasaran digital, produk ini berhasil menarik perhatian konsumen dari luar daerah dan meningkatkan permintaan. Pengusaha juga memperhatikan umpan balik konsumen terkait produk, seperti rasa dan kualitas kemasan, yang menjadi motivasi untuk terus memperbaiki produk. Strategi ini menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM untuk memperluas pasar tanpa membutuhkan biaya yang besar.

Dampak Ekonomi Lokal

Usaha keripik ini tidak hanya memberikan penghasilan bagi pemilik usaha tetapi juga menciptakan peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Dengan berkembangnya usaha keripik lokal, pendapatan masyarakat meningkat, dan keberlanjutan usaha terjamin. Keberhasilan usaha ini memberikan inspirasi bagi masyarakat desa lainnya untuk memanfaatkan sumber daya lokal dan membangun usaha serupa.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesuksesan Usaha

Keberhasilan usaha keripik lokal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya:

- 1) Kualitas Produk: Fokus pada kualitas bahan baku dan teknik pengolahan yang higienis.
- 2) Inovasi Teknologi: Penggunaan alat perekat listrik untuk memperbaiki kualitas kemasan.
- 3) Strategi Pemasaran: Pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan visibilitas produk.
- 4) Dukungan Pemerintah: Pemerintah daerah yang memberikan pelatihan dan bantuan modal kepada UMKM.
- 5) Standar kualitas produk

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, usaha keripik singkong di Desa Sugiharjo, Kecamatan Batang Kuis, menunjukkan potensi yang sangat besar meskipun dihadapkan dengan berbagai tantangan. Pengusaha yang memulai usaha ini dengan modal terbatas dan tanpa pengalaman yang memadai, berhasil mengatasi berbagai masalah seperti kualitas produk dan pengemasan. Melalui inovasi dan penggunaan teknologi yang lebih efisien, seperti alat perekat listrik, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, usaha ini mampu berkembang pesat dan menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun ada beberapa kendala yang dihadapi, seperti fluktuasi harga bahan baku dan pengemasan, pengusaha ini tetap optimis dan terus berusaha menjaga kualitas produk serta melayani konsumen dengan baik.

6. SARAN

Untuk menjaga keberlanjutan dan memperkuat daya saing usaha keripik lokal, beberapa langkah strategis yang dapat dipertimbangkan antara lain:

- 1) Pengembangan Produk: Menambahkan varian rasa atau produk baru untuk menarik minat konsumen.
- 2) Peningkatan Teknologi Produksi: Menggunakan alat yang lebih efisien untuk meningkatkan kapasitas produksi.
- 3) Ekspansi Pasar: Memanfaatkan e-commerce dan platform digital lainnya seperti Instagram dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar.
- 4) Pelatihan SDM: Memberikan pelatihan kepada pekerja untuk meningkatkan keterampilan produksi dan menjaga .

DAFTAR REFERENSI

- Al Farisi, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–94.
- Dewi, S., & Agustin, A. (2020). Pengembangan usaha kuliner lokal: Inovasi dan strategi.
- Hidayanti, F. (2023). Strategi pengembangan usaha keripik singkong dalam meningkatkan pendapatan pengusaha ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi di Desa Seneubok Aceh Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireun). Banda Aceh.
- Kasali, R. (2021). *Bisnis kuliner: Strategi sukses di era digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Muchayatin, & Purwiardhani, A. L. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM kuliner di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 10(2), 1–11.
- Mulyadi. (2017). *Pengelolaan usaha kecil dan menengah (UKM)*. Surabaya: Erlangga.
- Nizhamuddin, & Irawati. (2023). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap daya saing usaha (UKM) kuliner di Kota Tarakan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(9), 170–178.
- Rahayu, N. A., & Pratama, I. W. (2022). Inovasi dan digitalisasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 85–98.
- Rahma Sari, D., et al. (2022). PKM pengembangan produk lokal singkong menjadi keripik singkong rasa balado khas Desa Petanang program MBKM KKN Tematik. *Portal Riset dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11–21.
- Soegoto, E. S. (2016). *Entrepreneurship: Teori dan praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, B. (2018). *Strategi pengembangan UMKM*. Yogyakarta: Andi.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10.
- Tambunan, T. (2020). *UMKM dan kewirausahaan: Strategi dan inovasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Widowati, S., & Sunarko, B. E. (2019). *Teknologi pengolahan singkong*. Bogor: Balai Besar Pengembangan Mekanisasi Pertanian.
- Yacob, S., & Marzal, J. (2021). Strategi pemasaran produk lokal berbasis UMKM. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 3(4), 210–225.