

## **Analisis Strategi Usaha Kripik Singkong Dalam Menghadapi Persaingan UMKM Di Desa Kotaanyar**

**Ahmad Syahrul Khoir Maulana<sup>1</sup>, Kamil Wahyudi<sup>2</sup>, Much Fahri<sup>3</sup>, Muh Syaifullah Hasan<sup>4</sup>,  
M.Zainul Hasan D.C<sup>5</sup>, Zainuddin<sup>6</sup>, Ahmad Rizal<sup>7</sup>.**

Program Studi Ekonomi Fakultas Sosial Dan Humaniora Universitas Nurul Jadid

[sahrulahmad@gmail.com](mailto:sahrulahmad@gmail.com)<sup>1</sup>, [kamilwahyudi05@gmail.com](mailto:kamilwahyudi05@gmail.com)<sup>2</sup>, [muchfakhri25@gmail.com](mailto:muchfakhri25@gmail.com)<sup>3</sup>, [mshipong8@gmail.com](mailto:mshipong8@gmail.com)<sup>4</sup>,

[mzainulhasandc@gmail.com](mailto:mzainulhasandc@gmail.com)<sup>5</sup>, [mohammadzainuddin26@gmail.com](mailto:mohammadzainuddin26@gmail.com)<sup>6</sup>, [rj1715769@gmail.com](mailto:rj1715769@gmail.com)<sup>7</sup>

### **Abstrak**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah seperti bisnis keripik singkong, memiliki peran signifikan dalam perekonomian Indonesia. Namun, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menghadapi tantangan dalam mengidentifikasi faktor keberhasilan potensial dan mengembangkan strategi untuk tetap kompetitif di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usaha keripik singkong "Gazal Makmur" dari aspek pemasaran, teknis, dan operasional. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki potensi keberlanjutan yang tinggi, didukung oleh pengelolaan produk yang efektif, diversifikasi produk, dan efisiensi operasional. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pada musim panen menjadi hambatan yang perlu diatasi. Strategi mitigasi berupa pengelolaan stok bahan baku dan pengembangan pemasaran digital telah diidentifikasi sebagai solusi utama. Dengan penerapan manajemen risiko dan optimalisasi strategi pemasaran, bisnis ini menunjukkan prospek cerah untuk tumbuh dan berkontribusi pada pengembangan sektor Usaha Mikro Kecil, dan Menengah.

**Kata Kunci:** Analisis Usaha, Keripik Singkong, Aspek Kelayakan

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja. Namun, tantangan dalam manajemen, yang umumnya masih bersifat konvensional, seringkali menjadi kendala bagi UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan. Pendekatan yang lebih sistematis diperlukan agar UMKM mampu menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi ini (Putri, Lutfi, Dwiyantri, & W, 2024). Industri makanan merupakan salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama melalui pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai jual tinggi. Singkong, sebagai salah satu komoditas pertanian yang melimpah di Indonesia, dapat diolah menjadi berbagai produk inovatif seperti keripik singkong, yang sangat populer di kalangan masyarakat (Berliani & Abadi, 2023). Usaha Keripik Singkong "Gazal Makmur," yang didirikan oleh Ibu Pit pada tahun 2000 di Desa Gazal, Kecamatan Kotaanyar, Kabupaten Prorbolinggo, Jawa Timur, merupakan contoh nyata dari pemanfaatan potensi lokal. Usaha ini tidak hanya fokus pada produksi keripik singkong dengan berbagai rasa, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan perekonomian daerah melalui pemberdayaan petani lokal dan penciptaan lapangan kerja. Dengan menggunakan bahan baku hasil panen lokal, usaha ini turut mendukung keberlanjutan sektor pertanian setempat. Produk keripik singkong sendiri memiliki pangsa pasar yang luas, mulai dari warung kecil hingga pasar besar, sertadiminati oleh konsumen dari berbagai usia dan lapisan ekonomi. Namun, usaha kecil seperti "Gazal Makmur" tidak terlepas dari berbagai tantangan. Fluktuasi harga bahan baku, ketergantungan pada musim panen, dan keterbatasan akses terhadap teknologi pemasaran modern menjadi kendala yang sering dihadapi. Di sisi lain, peluang besar tetap ada, terutama dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk lokal dan kemudahan akses melalui platform digital. Untuk mengatasi hambatan tersebut, diperlukan strategi mitigasi seperti pengelolaan stok bahan baku yang lebih efisien, diversifikasi produk, serta optimalisasi pemasaran digital. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis usaha Keripik Singkong "Gazal Makmur" dari aspek pemasaran, teknis, dan operasional. Penelitian bertujuan mengidentifikasi potensi keberlanjutan usaha, faktor-faktor pendukung, serta tantangan yang dihadapi. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan pendekatan studi kasus melalui wawancara mendalam, penelitian ini mengevaluasi bagaimana manajemen operasional, strategi pemasaran, dan efisiensi teknis memengaruhi keberlanjutan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan produk yang efektif, diversifikasi rasa, dan efisiensi operasional menjadi kunci keberhasilan usaha. Selain itu, strategi pemasaran digital telah membantu memperluas jangkauan pasar. Dengan penerapan strategi yang tepat, seperti optimalisasi manajemen risiko dan pemanfaatan teknologi digital, usaha Keripik Singkong "Gazal Makmur" memiliki prospek

cerah untuk berkembang. Temuan ini tidak hanya memberikan panduan praktis bagi pengusaha kecil, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan sektor UMKM di Indonesia secara keseluruhan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini memanfaatkan pendekatan deskriptif kualitatif guna mengeksplorasi secara mendalam kelayakan usaha Keripik Singkong Gazal Makmur, khususnya ditinjau dari tiga aspek utama: pemasaran, teknis, dan operasional. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara kontekstual dan mendalam melalui sudut pandang pelaku usaha secara langsung. Dalam penelitian ini, jenis metode yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus dianggap tepat karena penelitian difokuskan pada satu objek usaha tertentu, yakni unit usaha rumah tangga yang bergerak dalam produksi dan distribusi keripik singkong dengan merek Gazal Makmur yang berlokasi di Desa Kotaanyar, Kabupaten Probolinggo.

Sumber data utama dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku utama usaha, yakni Ibu Helmiyah. Beliau adalah pemilik sekaligus pengelola utama dari usaha Gazal Makmur. Wawancara dilakukan secara langsung dengan panduan pedoman wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara fleksibel namun tetap terarah. Topik yang dibahas dalam wawancara meliputi sejarah usaha, proses produksi, strategi pemasaran, manajemen tenaga kerja, tantangan usaha, dan rencana pengembangan bisnis ke depan.

Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi partisipatif terhadap kegiatan usaha sehari-hari. Observasi ini dilakukan dengan mengamati langsung proses produksi dari awal hingga akhir, mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan singkong, proses penggorengan, pendinginan, pengemasan, hingga distribusi ke pasar. Peneliti juga mencatat bagaimana tenaga kerja berperan dalam kegiatan produksi dan bagaimana alur kerja berlangsung dalam skala usaha rumahan. Pengamatan ini penting untuk menangkap dinamika operasional yang tidak bisa dijelaskan sepenuhnya melalui wawancara semata.

Data sekunder juga menjadi bagian penting dari penelitian ini. Peneliti mengumpulkan berbagai sumber referensi berupa jurnal ilmiah, buku literatur bisnis, artikel dalam media daring maupun cetak, serta dokumen resmi seperti laporan UMKM dari instansi terkait. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan keterkaitan dengan tema UMKM, strategi pemasaran produk lokal, studi kelayakan usaha rumah tangga, serta manajemen operasional dalam konteks usaha mikro. Penggunaan data sekunder ini dimaksudkan untuk memperkaya analisis dan membandingkan temuan lapangan dengan teori atau hasil penelitian sebelumnya.

Pengumpulan data dilakukan dalam kurun waktu dua minggu secara intensif di lokasi usaha. Peneliti membangun hubungan yang baik dengan pemilik usaha dan para pekerja agar proses wawancara dan observasi berlangsung dalam suasana yang nyaman dan terbuka. Keberhasilan pengumpulan data sangat ditentukan oleh keterbukaan informan utama dan kesiapan lapangan dalam menerima kehadiran peneliti.

Setelah seluruh data terkumpul, proses analisis dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan tematik. Data hasil wawancara dan observasi direkam, ditranskrip secara lengkap, kemudian dikodekan untuk menemukan pola-pola tematik yang muncul. Kode-kode ini dikelompokkan ke dalam tema besar, seperti strategi pemasaran, struktur operasional, distribusi peran kerja, efisiensi proses produksi, serta tantangan dan peluang usaha. Setiap tema kemudian dianalisis dengan membandingkan data primer dan sekunder, serta dikaitkan dengan teori-teori relevan yang ditemukan dalam tinjauan pustaka.

Sebagai bentuk validasi, peneliti melakukan triangulasi data, yakni membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi. Misalnya, informasi mengenai peningkatan volume produksi setelah diversifikasi rasa dikonfirmasi melalui wawancara dan dibuktikan dengan catatan produksi yang ditunjukkan oleh pemilik usaha. Triangulasi ini dilakukan untuk meningkatkan keandalan data dan memperkuat temuan-temuan utama dalam penelitian.

Dalam mendesain penelitian ini, peneliti juga mempertimbangkan aspek etis. Sebelum melakukan wawancara dan observasi, peneliti telah meminta izin secara resmi kepada informan dan menjelaskan tujuan dari kegiatan penelitian ini. Semua data yang dikumpulkan digunakan hanya untuk keperluan akademik dan dijaga kerahasiaannya sesuai dengan prinsip etika penelitian. Nama informan utama dicantumkan atas persetujuan beliau sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi data dan keterbukaan dalam berbagi pengalaman.

Kelebihan dari metode penelitian ini adalah kemampuannya untuk menggali secara mendalam pengalaman dan pandangan pelaku usaha secara langsung, sehingga mampu menghasilkan pemahaman yang utuh dan kontekstual. Di sisi lain, tantangannya adalah membutuhkan waktu dan energi yang cukup besar, serta ketelitian dalam menafsirkan data yang bersifat kualitatif. Oleh karena itu, peneliti selalu mengupayakan objektivitas dan konsistensi dalam setiap tahapan analisis.

Penelitian ini juga bersifat fleksibel, dalam artian peneliti membuka ruang untuk eksplorasi isu-isu baru yang muncul selama proses wawancara atau observasi berlangsung. Misalnya, saat informan menyebutkan bahwa pemasaran digital belum dilakukan secara maksimal, peneliti mengembangkan pertanyaan lebih lanjut tentang alasan, kendala, dan harapan mereka terhadap penggunaan teknologi dalam usaha. Informasi semacam ini menjadi sangat penting untuk merekomendasikan strategi pengembangan usaha ke depannya.

Secara umum, tahapan penelitian yang dijalankan meliputi beberapa fase penting, yaitu:

1. Tahap persiapan, yang mencakup studi literatur awal, penyusunan pedoman wawancara, dan koordinasi lapangan.
2. Tahap pengumpulan data, meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. Tahap transkripsi dan pengkodean data.
4. Tahap analisis tematik dan pengkajian teoritis.
5. Tahap interpretasi hasil dan penyusunan laporan penelitian.

Setiap tahapan dilakukan dengan pendekatan sistematis, agar hasil akhir yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang jelas, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Dalam konteks penelitian UMKM seperti Gazal Makmur, pendekatan deskriptif kualitatif memberikan ruang yang luas bagi peneliti untuk menangkap realitas usaha sebagaimana adanya. Hal ini sangat penting mengingat banyak usaha kecil yang berjalan berdasarkan pengalaman, intuisi, dan nilai-nilai lokal yang tidak selalu terdokumentasi secara formal. Dengan demikian, metode ini tidak hanya menggambarkan kondisi usaha, tetapi juga memberikan pemahaman tentang dinamika sosial dan budaya yang melingkupi jalannya usaha tersebut.

Kesimpulannya, pendekatan metode kualitatif dengan studi kasus tunggal dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menyelami lebih dalam bagaimana usaha keripik singkong Gazal Makmur dijalankan, tantangan apa saja yang dihadapi, serta strategi apa yang digunakan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan UMKM yang semakin ketat. Harapannya, hasil dari metode ini dapat menjadi pijakan untuk pengambilan keputusan strategis baik oleh pemilik usaha, pembina UMKM, maupun pihak-pihak yang memiliki kepedulian terhadap perkembangan ekonomi lokal berbasis komunitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai Usaha Keripik Singkong Gazal Makmur menunjukkan adanya potensi keberlanjutan yang cukup tinggi, terutama dari segi pemasaran. Strategi pemasaran yang telah diterapkan sejauh ini memang masih sederhana, namun terbukti cukup efektif dalam menjangkau pasar lokal yang luas. Strategi menitipkan produk ke warung-warung sekitar serta mengandalkan promosi dari mulut ke mulut menjadi langkah awal yang signifikan dalam memperkenalkan produk ke masyarakat sekitar. Bahkan, tanpa upaya pemasaran digital yang intensif, produk Gazal Makmur sudah mampu menembus hampir seluruh wilayah di Kota Probolinggo.

Hal menarik lainnya adalah keragaman varian rasa yang ditawarkan. Inovasi rasa seperti original, pedas manis, balado, hingga jeruk purut menunjukkan adanya kemampuan adaptif dari pelaku usaha terhadap selera konsumen yang dinamis. Inovasi ini penting karena preferensi konsumen terus berubah seiring waktu, dan usaha yang mampu menyesuaikan diri akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang.

Dari aspek operasional, Gazal Makmur menjalankan usahanya dengan efisien. Lokasi yang strategis di tengah lingkungan masyarakat yang sebagian besar juga menjalankan usaha rumahan memberikan nilai tambah tersendiri. Ketersediaan bahan baku yang bersumber dari kebun sendiri maupun petani lokal menjamin kontinuitas produksi. Ini memperlihatkan bahwa usaha ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan pribadi, tetapi juga turut serta dalam pemberdayaan masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja.

Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi cukup signifikan, yakni sekitar 60 orang. Mereka bekerja dalam berbagai divisi, seperti pengupasan bahan baku, penggorengan, hingga pengemasan. Pembagian kerja ini menandakan adanya sistem manajemen operasional yang cukup terstruktur, meskipun dilakukan secara tradisional. Hal ini menjadi poin penting yang perlu diperkuat ke depan agar proses produksi lebih efisien dan kualitas produk tetap terjaga.

Namun, tantangan tetap ada dan cukup kompleks. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah fluktuasi harga bahan baku, khususnya singkong dan minyak goreng. Kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba dapat berpengaruh pada biaya produksi dan margin keuntungan. Selain itu, ketergantungan terhadap musim panen juga menjadi permasalahan klasik yang memerlukan solusi jangka panjang. Dalam hal ini, pemilik usaha sudah mulai mengambil langkah bijak dengan cara menyimpan stok bahan baku dalam jumlah tertentu dan menjalin kerja sama dengan pemasok dari luar daerah.

Selain itu, usaha ini masih memiliki keterbatasan dalam hal pengemasan produk. Kemasan yang digunakan saat ini masih tergolong sederhana dan kurang menarik jika dibandingkan dengan produk sejenis yang telah masuk ke pasar modern seperti supermarket atau toko oleh-oleh besar. Padahal, kemasan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Penampilan visual dari sebuah produk bisa mencerminkan kualitas dan profesionalitas dari usaha yang menghasilkannya.

Di sisi lain, peluang besar terbuka lebar seiring dengan perkembangan teknologi digital. Platform media sosial dan marketplace online kini menjadi salah satu sarana pemasaran yang sangat potensial. Jika Gazal Makmur mulai aktif memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, atau TikTok untuk mempromosikan produknya, maka bukan tidak mungkin pasar yang lebih luas bisa dijangkau, bahkan sampai ke luar provinsi.

Selain itu, keberadaan platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak dapat menjadi kanal distribusi tambahan yang mendukung penjualan secara online. Hal ini akan sangat membantu, terutama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan tanpa harus membuka cabang fisik di tempat lain. Dengan menggabungkan strategi pemasaran tradisional dan digital, Gazal Makmur dapat menjangkau berbagai segmen konsumen dengan lebih efektif.

Keberhasilan usaha ini juga bergantung pada konsistensi kualitas produk. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan standar operasional prosedur (SOP) dalam setiap tahapan produksi. SOP tidak hanya membantu menjaga kualitas rasa dan

tekstur produk, tetapi juga mempermudah proses pelatihan bagi tenaga kerja baru. Hal ini akan memberikan dampak jangka panjang yang positif terhadap citra merek dan kepercayaan konsumen.

Dalam konteks keberlanjutan usaha, Gazal Makmur dapat mempertimbangkan diversifikasi produk. Selain keripik singkong, bahan lokal lain seperti pisang, ubi, atau jagung juga dapat diolah menjadi camilan yang memiliki nilai jual tinggi. Dengan memperbanyak jenis produk, usaha ini akan lebih tahan terhadap fluktuasi permintaan pasar dan risiko yang mungkin timbul dari ketergantungan terhadap satu jenis bahan baku saja.

Di bidang keuangan, pengelolaan yang transparan dan pencatatan yang rapi menjadi hal yang krusial. Walaupun usaha ini masih berskala rumahan, penerapan pembukuan sederhana sangat disarankan. Hal ini akan memudahkan pemilik dalam mengontrol arus kas, merencanakan pengeluaran, serta menentukan strategi investasi dan pengembangan bisnis di masa depan.

Gazal Makmur juga dapat menggandeng pihak-pihak luar seperti koperasi, lembaga keuangan mikro, atau pemerintah daerah untuk mendapatkan dukungan modal dan pelatihan manajerial. Program pelatihan kewirausahaan, digital marketing, dan manajemen keuangan yang disediakan oleh instansi pemerintah atau LSM bisa sangat bermanfaat dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha.

Terakhir, dari sisi branding, usaha ini perlu membangun identitas visual yang kuat. Nama "Gazal Makmur" sendiri sudah cukup unik dan mudah diingat, namun perlu dilengkapi dengan logo, tagline, dan narasi produk yang menggugah. Cerita tentang perjuangan usaha ini sejak tahun 2000 bisa menjadi nilai jual tambahan yang menarik simpati dan loyalitas konsumen. Produk lokal dengan cerita yang kuat kerap kali lebih mudah diterima oleh pasar yang semakin sadar akan pentingnya mendukung UMKM dan produk dalam negeri.

Dengan berbagai potensi, kekuatan lokal, serta semangat pemberdayaan masyarakat yang ditunjukkan, Gazal Makmur memiliki modal sosial dan ekonomi yang kuat untuk terus tumbuh dan berkembang. Tantangan memang tidak akan pernah hilang, tetapi dengan strategi yang tepat dan adaptasi yang terus-menerus, usaha ini berpeluang besar menjadi salah satu ikon produk unggulan dari Kabupaten Probolinggo dan bahkan dari Jawa Timur.

Oleh karena itu, sangat penting bagi pemilik dan tim pengelola usaha untuk terus memperbaharui pengetahuan, memperluas jaringan, dan tidak ragu dalam mengambil langkah inovatif. Kolaborasi, konsistensi, dan kreativitas adalah tiga kunci utama yang dapat membawa Gazal Makmur menuju level yang lebih tinggi dalam ekosistem UMKM Indonesia.

Selain aspek teknis dan pemasaran, salah satu dimensi penting yang tidak boleh diabaikan dalam mengelola usaha adalah aspek sosial dan budaya. Dalam konteks lokal seperti Desa Gazal, keberadaan usaha keripik singkong bukan hanya sekadar kegiatan ekonomi, tetapi juga menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat. Banyak warga yang menggantungkan hidupnya pada keberlangsungan usaha ini, baik secara langsung sebagai tenaga kerja, maupun tidak langsung sebagai penyedia bahan baku dan jasa logistik.

Usaha Gazal Makmur telah menciptakan ekosistem ekonomi mikro yang saling terhubung, dimana setiap elemen masyarakat memiliki peran. Kondisi ini sangat ideal untuk diteruskan ke arah pembentukan koperasi atau komunitas usaha bersama yang dapat meningkatkan daya tawar serta efisiensi produksi dan distribusi. Dengan kata lain, Gazal Makmur berpotensi untuk menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang lebih besar jika diarahkan dengan strategi yang inklusif.

Salah satu aspek yang bisa dikembangkan lebih lanjut adalah pelibatan generasi muda dalam operasional dan pengembangan usaha. Anak-anak muda memiliki keunggulan dalam menguasai teknologi digital, yang bisa menjadi nilai tambah bagi pengembangan usaha ini di masa mendatang. Dengan melibatkan mereka dalam pemasaran digital, desain kemasan, atau pengelolaan media sosial, usaha ini bisa mendapatkan energi baru yang kreatif dan inovatif.

Lebih jauh, untuk memperkuat eksistensinya, Gazal Makmur juga bisa menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan. Kolaborasi dengan kampus, misalnya, dapat menghadirkan program magang bagi mahasiswa di bidang manajemen, teknologi pangan, atau pemasaran digital. Tidak hanya menguntungkan bagi mahasiswa, kerja sama ini juga membuka peluang bagi usaha untuk mendapatkan ide-ide segar dan masukan dari perspektif akademik.

Keikutsertaan dalam pameran produk lokal, baik tingkat kabupaten maupun provinsi, juga menjadi langkah strategis yang patut dipertimbangkan. Selain memperluas jaringan distribusi, pameran juga bisa menjadi sarana validasi produk dan benchmarking terhadap kompetitor. Di saat yang sama, kegiatan semacam ini juga memperkuat kepercayaan diri pelaku usaha untuk tampil lebih profesional dan terbuka terhadap perkembangan zaman.

Kemudian, aspek legalitas dan perizinan juga perlu mendapat perhatian. Untuk memperluas akses pasar, terutama jika ingin menjual ke luar daerah atau melalui platform e-commerce besar, produk harus memenuhi standar legalitas yang berlaku. Ini mencakup izin usaha, sertifikat P-IRT, label halal, dan standar BPOM jika memungkinkan. Proses ini memang memerlukan waktu dan biaya, namun hasilnya akan meningkatkan kredibilitas produk secara signifikan.

Dari sisi lingkungan, Gazal Makmur dapat mengadopsi praktik ramah lingkungan dalam proses produksinya. Penggunaan minyak goreng yang dapat dipakai ulang secara efisien, pengelolaan limbah organik dari sisa pengolahan

singkong, dan pengemasan yang ramah lingkungan dapat menjadi nilai jual tambahan. Konsumen saat ini semakin sadar akan isu keberlanjutan, dan usaha yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan akan lebih dihargai di pasar.

Penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan tidak hanya baik untuk lingkungan, tetapi juga untuk kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Dengan menciptakan rantai pasok yang lebih hijau dan efisien, Gazal Makmur bisa menjadi contoh nyata dari usaha mikro yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada dampak sosial dan ekologis yang positif.

Terakhir, untuk menjaga motivasi dan semangat kerja para pekerja, penting untuk membangun budaya kerja yang sehat dan inklusif. Memberikan pelatihan rutin, penghargaan kepada karyawan berprestasi, serta menciptakan suasana kerja yang harmonis dapat meningkatkan produktivitas sekaligus loyalitas tenaga kerja. Hal ini juga menciptakan citra usaha yang baik di mata masyarakat dan mitra bisnis.

Keseluruhan strategi dan rekomendasi ini tidak akan berjalan tanpa komitmen kuat dari pemilik usaha. Oleh karena itu, kepemimpinan yang visioner, terbuka terhadap perubahan, dan konsisten dalam menegakkan nilai-nilai usaha sangat dibutuhkan. Dengan modal sosial yang kuat, produk yang disukai konsumen, dan strategi yang tepat sasaran, Gazal Makmur memiliki peluang besar untuk menjadi ikon usaha lokal yang mampu bersaing secara nasional bahkan internasional di masa depan.

### Aspek pemasaran kripik singkong

Usaha Keripik Singkong Gazal Makmur memanfaatkan pendekatan sederhana namun efektif dimulai dengan produk yang dititipkan ke penjual di sekitaran wilayah produksi, memungkinkan produk dikenal lebih luas secara lokal. Selain itu, produk juga dimulai dengan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Rekomendasi langsung dari konsumen menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan dan memperluas jaringan pemasaran. Strategi ini membuahkan hasil dengan jangkauan pemasaran yang berkembang hingga ke Provinsi Kalimantan Tengah.

Pada tahap awal, usaha ini hanya menawarkan kripik singkong dalam dua varian rasa, yaitu original dan pedas manis. Namun, pada tahun 2015, diversifikasi produk dilakukan dengan menambahkan rasa balado, menunjukkan respons terhadap kebutuhan pasar yang beragam. Keputusan ini juga mencerminkan fleksibilitas dalam mengikuti tren konsumen, yang menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemasaran. Dalam tiga bulan pertama, terjadi peningkatan bahan baku dari 5 kg menjadi 300 kg singkong per bulan, yang menunjukkan keberhasilan strategi diversifikasi ini dalam menarik minat konsumen lebih banyak. Usaha Keripik Singkong Gazal Makmur ini telah memproduksi berbagai aneka cemilan seperti kripik singkong, kacang-kacangan, dan maring jagung.

Keberlanjutan pemasaran didukung dengan harga produk yang kompetitif, mulai dari Rp 1.000 hingga Rp 10.000, tergantung ukuran dan jenis produk. Penetapan harga ini mempertimbangkan daya beli konsumen, meskipun harga bahan baku seperti minyak goreng sering terjadi fluktuasi. Dengan menjaga harga tetap stabil, usaha ini berhasil mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen. Namun, ada peluang besar untuk lebih mengembangkan strategi pemasaran digital melalui media sosial atau *platform e-commerce*. Langkah ini dapat membantu menjangkau lebih banyak konsumen, terutama di era digital yang serba online. Memperluas distribusi melalui kerjasama dengan toko retail modern atau marketplace juga bisa menjadi pilihan strategi untuk memperbesar pangsa pasar. Dengan kombinasi antara pendekatan tradisional dan peluang pemasaran modern, usaha Keripik Singkong Gazal Makmur memiliki potensi besar untuk terus berkembang, terutama jika dapat memanfaatkan teknologi dalam strategi pemasaran.

Selanjutnya, menganalisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats*) dengan tujuan untuk memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan dan untuk membantu sebuah usaha dalam merumuskan strategi yang efektif untuk bersaing dan mempertahankan posisi usaha di pasar. Berikut adalah analisis SWOT usaha Keripik Singkong ibu pit gazal makmur:

#### 1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan (*strengths*) dalam analisis SWOT mengacu pada sumber daya dan kapabilitas internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu usaha. Berdasarkan teori Pearce dan Robinson, kekuatan ini mencakup berbagai aspek yang mendukung keberhasilan bisnis (Pearce & Robinson, 2011). Salah satu kekuatan utama dari “Usaha Keripik Singkong Gazal Makmur” adalah reputasinya yang sudah dikenal luas hingga Kalimantan Tengah. Keberagaman pilihan rasa seperti original, pedas manis, balado, dan jeruk purut, menunjukkan fleksibilitas usaha dalam memenuhi preferensi konsumen yang beragam, sehingga meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat posisi produk di pasar lokal. Selain itu, penetapan harga yang variatif juga menjadi kekuatan produk, dimana dengan harga dimulai dari Rp 1.000 memungkinkan produk diakses oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, tanpa mengurangi kualitas produk tersebut. Kemampuan usaha menghasilkan produk dengan harga terjangkau mencerminkan kemampuan pengelolaan operasional yang efisien dan efektif. Pemanfaatan bahan baku lokal, seperti singkong dari petani daerah, tidak hanya mendukung keberlanjutan sumber daya tetapi juga mempererat hubungan dengan komunitas lokal yang mana ini dapat menjadi nilai tambah dalam memperkuat citra usaha untuk memperkuat daya saing di pasar.

#### 2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan menurut Pearce dan Robinson dalam analisis SWOT mencerminkan faktor internal menghambat kinerja dan pertumbuhan suatu usaha (Pearce & Robinson, 2011). Salah satu kelemahan utama dari “Usaha Keripik Singkong Gazal Makmur” adalah tidak adanya toko fisik. Ketiadaan toko khusus membuat produk sulit diakses oleh pelanggan baru, sehingga peluang untuk memperluas pasar menjadi terbatas. Hal ini dapat memengaruhi kemampuan usaha dalam membangun basis pelanggan yang lebih luas secara langsung. Selain itu, kemasan produk yang sederhana menjadi kelemahan lain yang dapat mengurangi daya saing, terutama jika dibandingkan dengan produk serupa yang tersedia di Supermarket atau toko modern. Kemasan yang lebih menarik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tetapi juga sebagai alat pemasaran visual. Tidak adanya penggunaan media sosial sebagai pemasaran digital juga menjadi kelemahan usaha, yang mana ini dapat mengurangi potensi usaha untuk menarik pelanggan dari segmen yang lebih muda atau lebih aktif secara online. Ketiga aspek ini perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing usaha.

### 3. Peluang (*Opportunities*)

Pearce dan Robinson menggambarkan peluang sebagai faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha (Pearce & Robinson, 2011). Dalam konteks “Usaha Keripik Singkong Gazal Makmur”, salah

satu peluang besar adalah pemasaran digital. Di era digital ini, penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* membuka akses untuk menjangkau konsumen yang lebih luas,

bahkan di luar wilayah lokal, dengan biaya yang relatif rendah dan efisiensi tinggi. Selain itu, tren makanan unik memberikan ruang inovasi rasa yang menarik bagi konsumen, seperti rasa yang kekinian atau sesuai dengan preferensi pasar tertentu. Peluang lain yang dapat dimanfaatkan adalah menjalin kerja sama dengan toko modern yang mana ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek sekaligus memperluas cakupan pasar. Selain itu, kesadaran konsumen yang semakin tinggi terhadap produk lokal memberikan keuntungan tambahan, tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memberikan citra positif bagi usaha.

### 4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman menurut Pearce dan Robinson, merujuk pada faktor eksternal yang dapat merugikan (Pearce & Robinson, 2011). Dalam konteks “Usaha Keripik Singkong Gazal Makmur” salah satu ancaman utama adalah fluktuasi harga bahan baku, seperti singkong dan minyak goreng. Ketidakstabilan harga ini dapat mempengaruhi biaya produksi, yang pada akhirnya dapat menekan margin keuntungan. Persaingan yang ketat juga merupakan ancaman yang signifikan. Dengan banyaknya produsen keripik singkong lainnya yang terus berinovasi dalam hal rasa dan kemasan yang menarik serta pemasaran yang lebih modern, dapat membuat usaha ini menghadapi tekanan kompetitif yang semakin tinggi. Selain itu, perubahan cuaca ekstrem, seperti musim kemarau panjang atau curah hujan yang tinggi, dapat mempengaruhi ketersediaan bahan baku, khususnya singkong, yang sangat bergantung pada kondisi alam. Perubahan kebijakan pemerintah terkait penetapan harga eceran terendah pada minyak goreng juga mempengaruhi biaya produksi.

### Aspek teknis dan operasional

Aspek teknis pada usaha ini dimulai dari lokasi, yang terletak di tempat strategis dan dikenal luas di kalangan masyarakat sebagai kawasan dengan banyak penduduknya yang menjalankan usaha produksi rumahan. Keberadaan lingkungan usaha serupa, ditambah dengan kumpulan usaha yang berdekatan (aglomerasi) ini memberikan keuntungan tambahan seperti *multiplier effect* yang menguntungkan dan daya tarik bagi konsumen, sehingga mendukung kelancaran kegiatan bisnis (Ridwan & Saprudin, 2024)

Pemilik usaha menyatakan bahwa sangat penting untuk menggunakan bahan baku berkualitas guna memastikan produk yang dihasilkan memiliki mutu yang tinggi. Pengadaan bahan baku dilakukan melalui pemasok tetap, dengan pemesanan yang dilakukan sebelum bahan baku yang ada habis, sehingga kegiatan produksi dapat terus berlanjut. Pemilihan bahan baku berkualitas dan pengelolaan rantai pasok yang efisien merupakan salah satu faktor kunci dalam menjaga kelancaran produksi dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan mengutamakan kualitas bahan

baku dan memastikan ketersediaannya tanpa gangguan, usaha ini dapat mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, mengenai sarana transportasi pengantaran bahan baku oleh pemasok, pembayarannya sudah mencakup biaya transportasi dan pembelian barang. Hal ini dapat mengoptimalkan biaya dan memastikan ketepatan waktu pengiriman (Wulandari & Mulyanto, 2024).

Terdapat faktor lain yang memengaruhi ketersediaan bahan baku, yaitu perubahan cuaca, terutama pada musim panas, singkong sering kali sulit ditemukan (Suryani, Masyhuri, Waluyati, & Utami, 2023). Dalam situasi seperti ini, pemilik usaha memiliki kebijakan untuk memastikan kegiatan produksi tetap berjalan dan dapat memenuhi permintaan konsumen, yaitu dengan membeli bahan baku yang didatangkan dari luar daerah. Selain itu, pemilik usaha juga memiliki kebun singkong sendiri sebagai cadangan bahan baku. Saat ini, usaha ini memerlukan setidaknya sekitar 2.000 kg singkong dan 2.000 biji pisang setiap minggunya sebagai bahan baku utama, yang seluruhnya diantarkan oleh pemasok. Ketergantungan pada faktor eksternal seperti cuaca dalam pasokan bahan baku menambah kompleksitas dalam perencanaan produksi dan meningkatkan biaya operasional (Harahap, Suwatika, & Pahrul, 2024). Oleh karena itu, kebijakan untuk memperluas sumber pasokan, baik

dengan mengandalkan pemasok dari luar daerah maupun dengan memiliki kebun sendiri, merupakan langkah yang strategis untuk mengurangi risiko gangguan pasokan.

Secara keseluruhan, usaha ini sudah memenuhi aspek teknis yang diperlukan dalam studi kelayakan bisnis, mencakup lokasi, pemilihan bahan baku, skala produksi, dan transportasi. Namun, usaha ini dapat lebih memaksimalkan efisiensinya dengan mengadopsi teknologi modern dan merencanakan strategi untuk menghadapi risiko jangka panjang, seperti perubahan iklim atau gangguan pasokan bahan baku.

Teori manajemen operasional dan kontrol produksi menurut Pontas M. Pardede sangat relevan dengan usaha ini. Manajemen operasional pada usaha ini mencakup beberapa aspek penting seperti perencanaan peningkatan kapasitas produksi, pengembangan varian rasa, tenaga kerja, serta pengoptimalan kualitas produk menunjukkan upaya dalam mengubah sumber daya yang tersedia menjadi produk berkualitas sesuai dengan tujuan dan permintaan

pasar. Pengelolaan ini juga mencakup pengawasan yang efektif untuk memastikan efisiensi dalam setiap tahap operasional, yang sejalan dengan prinsip-prinsip produksi menurut teori Pardede. Karyawan pada usaha ini berjumlah sekitar kurang lebih 60 orang yang direkrut dari anggota keluarga dan masyarakat sekitar dan telah dibagi secara pekerjaan perbidangnya masing-masing secara khusus seperti karyawan khusus mengupas, khusus penggorengan, dan khusus pengemasan. Dengan itu, usaha ini tidak hanya mampu memenuhi permintaan pasar yang tinggi,

tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan, baik dari anggota keluarga maupun masyarakat sekitar yang mencerminkan upaya usaha dalam mendukung keberlanjutan jangka panjang, yang merupakan bagian keputusan strategis dalam manajemen operasional. Untuk memastikan keberlanjutan usaha, berbagai upaya terus dilakukan, termasuk meningkatkan efisiensi proses produksi dan mengelola potensi risiko yang mungkin terjadi. Langkah-langkah ini dirancang agar usaha dapat terus berkembang dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Selain yang disebutkan diatas, secara spesifik, terdapat kelebihan dan kelemahan yaitu:

NO	Kelebihan	Kelemahan
1.	Bahan Baku Lokal yang Stabil	Belum Ada Toko Fisik atau Outlet Khusus
2.	Diversifikasi Produk yang Menarik	Kemasan Produk Masih Sederhana
3.	Strategi Pemasaran Tradisional Efektif	Kurangnya Pemanfaatan Media Digital
4.	Harga Terjangkau	Ketergantungan pada Musim Panen
5.	Pemberdayaan Masyarakat Lokal	Persaingan Semakin Ketat
6.	Adaptasi Terhadap Tantangan	Belum Ada Sistem Manajemen Usaha Modern

1. Tabel : analisis kelebihan dan kekurangan pada usaha “Gazal makmur”



Gambar 1. Dokumentasi tempat produksi

## KESIMPULAN

Pendekatan metode kualitatif dengan studi kasus tunggal dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk menyelami lebih dalam bagaimana usaha keripik singkong Gazal Makmur dijalankan, tantangan apa saja yang dihadapi, serta strategi apa yang digunakan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan UMKM yang semakin ketat. Harapannya, hasil dari metode ini dapat menjadi pijakan untuk pengambilan keputusan strategis baik oleh pemilik usaha, pembina UMKM, maupun pihak-pihak yang memiliki kepedulian terhadap perkembangan ekonomi lokal berbasis komunitas.

Kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan hasil penelitian ini adalah bahwa usaha Keripik Singkong Gazal Makmur memiliki fondasi yang kuat sebagai salah satu bentuk UMKM lokal yang potensial untuk terus berkembang. Usaha ini mampu menunjukkan ketahanan dan kreativitas dalam mengelola sumber daya terbatas namun optimal, dengan tetap memperhatikan efisiensi dan keberlanjutan. Melalui strategi pemasaran tradisional yang masih digunakan secara efektif dan jangkauan distribusi yang luas, usaha ini berhasil menembus pasar lokal tanpa perlu bergantung pada teknologi tinggi.

Namun demikian, seiring dengan perubahan zaman dan meningkatnya ekspektasi konsumen, usaha ini perlu mulai mempertimbangkan pembaruan strategi bisnis, terutama dari sisi pemasaran digital dan pengemasan produk. Keduanya kini menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan sebuah produk di pasar yang lebih kompetitif. Di tengah kemajuan teknologi dan budaya belanja daring yang semakin berkembang, keberadaan usaha seperti Gazal Makmur harus mampu beradaptasi agar tetap relevan di tengah gempuran pasar industri makanan ringan yang lebih besar dan terorganisir.

Selain aspek teknis dan pemasaran, usaha ini juga membawa nilai sosial yang besar. Pemberdayaan masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja dan penggunaan bahan baku lokal menjadi poin penting yang tak boleh diabaikan. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berkontribusi pada ekonomi individu, tetapi juga memiliki dampak sosial yang luas dalam membangun kemandirian dan kesejahteraan masyarakat desa. Dengan mengintegrasikan nilai ekonomi dan sosial, usaha seperti Gazal Makmur menjadi contoh nyata dari semangat kewirausahaan berbasis komunitas.

Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya dukungan dari berbagai pihak dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal memiliki peran penting dalam membimbing, mendampingi, dan memfasilitasi pelaku usaha agar lebih siap menghadapi tantangan masa depan. Misalnya, melalui pelatihan manajemen, pemberian akses modal, serta pendampingan digital marketing. Dengan dukungan ekosistem yang tepat, potensi usaha lokal seperti ini akan lebih mudah berkembang dan menjadi tulang punggung ekonomi desa.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga menjadi pengingat bahwa keberhasilan sebuah usaha tidak semata-mata ditentukan oleh besarnya modal atau canggihnya teknologi, tetapi juga oleh ketekunan, konsistensi, dan kemampuan adaptasi pelaku usahanya. Ibu Helmiyah sebagai pengelola utama Gazal Makmur telah menunjukkan bahwa dengan niat kuat, dukungan lingkungan sekitar, dan semangat untuk terus belajar, usaha kecil pun bisa memiliki dampak besar. Hal ini bisa menjadi inspirasi bagi banyak pelaku usaha lain yang sedang merintis atau ingin memperkuat posisi mereka dalam dunia UMKM.

Ke depan, arah pengembangan usaha Gazal Makmur dapat difokuskan pada beberapa hal penting. Pertama, memperbaiki desain dan kualitas kemasan agar lebih menarik serta layak bersaing di pasar modern. Kedua, mulai membangun kehadiran digital melalui media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas pasar dan menjangkau generasi muda. Ketiga, melakukan diversifikasi produk untuk menyesuaikan dengan selera pasar yang terus berubah. Dan keempat, membangun jejaring kerja sama dengan koperasi, dinas perdagangan, dan komunitas wirausaha lainnya untuk meningkatkan daya saing.

Dalam konteks akademik, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang bagaimana UMKM berbasis lokal dijalankan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi. Pendekatan deskriptif kualitatif yang digunakan sangat efektif untuk menggambarkan realitas usaha secara rinci dan nyata. Metode ini dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji usaha mikro dari sudut pandang sosial, ekonomi, dan budaya.

Akhirnya, Gazal Makmur adalah cerminan dari usaha kecil yang berjalan dengan semangat besar. Ia bukan sekadar produsen makanan ringan, melainkan juga pelestari nilai-nilai lokal, penggerak ekonomi mikro, dan penyedia kehidupan bagi banyak warga. Diperlukan keberanian dan ketangguhan untuk tetap bertahan di tengah kompetisi yang ketat. Dan itu semua telah ditunjukkan dalam perjalanan panjang usaha ini. Harapannya, cerita keberhasilan Gazal Makmur dapat menjadi motivasi bagi pelaku UMKM lain untuk terus maju, serta menjadi bahan pertimbangan bagi para pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Nurul Jadid yang telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerjasama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berliani, D. N., & Abadi, M. T. (2023). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Keripik Singkong (Studi Kasus Usaha Keripik Singkong S3 di Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan. *Business and Management Journal*, 1(2), 60–68.
- Harahap, K., Suwatika, I. W. kayun, & Pahrul. (2024). *Perencanaan dan Pengembangan Bisnis*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2011). *Strategic management: formulation, implementation, and control* (12th ed). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Putri, E. N., Lutfi, Z. K., Dwiyantri, A., & W, R. . W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada UMKM “Keripik Singkong YY Putra” Ditinjau dari Aspek Hukum, Pemasaran, Operasional, Ekonomi dan Sosial. *Ekonomi Revolusioner*, (107), 76–81.
- Ridwan, & Saprudin. (2024). *Pembangunan Ekonomi Regional: Edisi Revisi*. Yogyakarta: Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.
- Suryani, A., Masyhuri, Waluyati, L. R., & Utami, A. W. (2023). Risk Analysis on the Cassava Value Chain in Central Lampung Regency. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 9(2), 150–173. <https://doi.org/10.18196/agraris.v9i2.333>
- Syahputra, Salean, F. J., Nurhayati, N., Sarvasa, I. G. N., Darmawan, E. D., Ningsih, F., ... Mbado, M. R. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis*. Bali: Infes Media.
- Wulandari, A., & Mulyanto, H. (2024). *Manajemen Rantai Pasokan*. Sumatera Utara: Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim.
- Yuniar, V., Br Bangun, C. F., Bugis, S. W., & Suharti, S. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Pengembangan UMKM Usaha Tahu dan Tempe di Desa Pondok Jeruk Ditinjau dari Aspek Produksi, Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 142–151. <https://doi.org/10.47467/manageria>
- Suharyadi, & Purwanto, N. (2016). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Andi.
- Yuliana, S. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk pada Usaha Keripik Singkong di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 101–110.