

Analisis Usaha pada Keripik Singkong Raihanah di Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Teknis dan Operasional

Rahmidilla^{1*}, Saida Ramlah², Siti Maisyarah³, Faizah⁴, Muhammad Firliadi Noor Salim⁵

¹⁻⁵IAI Darul Ulum Kandangan, Indonesia

Alamat: Jl. Rantauan Gambah Luar Kec. Kandangan Kab. Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan

*Korespondensi penulis: rhmdilla156@gmail.com

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises, such as cassava chips businesses, play a significant role in Indonesia's economy. However, many Micro, Small, and Medium Enterprises face challenges in identifying potential success factors and developing strategies to remain competitive in the market. This study aims to analyze the cassava chips enterprises "Raihanah" from the perspectives of marketing, technical, and operational aspects. The research method employed is descriptive qualitative, utilizing a case study approach through in-depth interviews. The findings indicate that the business has high sustainability potential, supported by effective product management, product diversification, and operational efficiency. Nonetheless, challenges such as fluctuating raw material prices and dependency on harvest seasons pose significant obstacles. Mitigation strategies, including stock management of raw materials and the development of digital marketing, have been identified as key solutions. With the implementation of risk management and optimization of marketing strategies, this business demonstrates promising prospects for growth and contributes to the development of the Micro, Small, and Medium Enterprises sector.*

Keywords: *Business Analysis, Cassava Chips, Feasibility Aspects*

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 "Raihanah" 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

1. LATAR BELAKANG

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

Analisis Usaha pada Keripik Singkong Raihanah di Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Teknis dan Operasional

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 "Raihanah," yang didirikan oleh Ibu Helmiyah pada tahun 2010 di Desa Telaga Bidadari, Kecamatan Sungai Raya, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Kalimantan Selatan, 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, serta diminati oleh konsumen dari berbagai usia dan lapisan ekonomi.

Namun, usaha kecil seperti "Raihanah" 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 "Raihanah" 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 "Raihanah" 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.

2. KAJIAN TEORITIS

Aspek Pemasaran

Menurut Sunyoto yang dikutip oleh Yuniar dkk, pemasaran adalah rangkaian kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, sekaligus mencapai target pasar dan tujuan perusahaan (Yuniar, Br Bangun, Bugis, & Suharti, 2022).

Dikutip dari Anesatun Nurul Aliefah dan Eka Arilia Nanda Sari secara sederhana pemasaran adalah upaya menciptakan, menawarkan, dan menjual produk atau jasa kepada konsumen yang untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui pertukaran pasar. Adapun tujuan utama kegiatan pemasaran produk atau jasa secara umum yaitu:

- a. Mempermudah dan mendorong konsumsi produk atau jasa.
- b. Memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen.
- c. Menawarkan beragam pilihan produk kepada konsumen.
- d. Meningkatkan kualitas hidup melalui ketersediaan produk berkualitas dengan harga yang wajar, serta menjaga lingkungan fisik dan budaya.
- e. Meningkatkan penjualan barang dan jasa.
- f. Menguasai pasar dan bersaing dengan kompetitor.
- g. Memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap produk atau jasa tertentu (Aliefah & Nandasari, 2022).

Menurut Istiqamah dan Irsad, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah proses evaluasi hasil identifikasi situasi untuk menentukan klasifikasi suatu kondisi, apakah termasuk kekuatan, (*strengths*), kelemahan(*weaknesses*), peluang (*opportunities*), atau ancaman (*threats*), yang mana pendekatan ini memungkinkan suatu organisasi untuk mengelompokkan berbagai faktor berdasarkan pengaruhnya terhadap kinerja dan keberlanjutan organisasi (Istiqomah & Andriyanto, 2018). Konsep ini pada dasarnya diusulkan oleh Pearce dan Robinson, yang menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan teknik untuk membantu manajer dalam menciptakan gambaran umum mengenai situasi strategis perusahaan, yang mana ini bertujuan untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang,

sekaligus mengurangi kelemahan dan ancaman dalam jangka panjang (Pearce & Robinson, 2011). Adapun komponen teori SWOT menurut Pearce dan Robinson, yaitu:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merujuk pada sumber daya dan kapabilitas internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi. Menurut Pearce dan Robinson, kekuatan ini mencakup faktor-faktor seperti reputasi merek, keunggulan produk, keahlian karyawan, serta efisiensi operasional. Identifikasi kekuatan yang tepat memungkinkan suatu usaha memanfaatkan keunggulan untuk mencapai tujuan strategis (Pearce & Robinson, 2011).

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah faktor internal yang menjadi hambatan dalam pencapaian tujuan organisasi, dimana organisasi kurang berprestasi dibandingkan dengan pesaing. Pearce dan Robinson menekankan pentingnya pengakuan kelemahan ini untuk menghindari risiko yang dapat menghambat pencapaian tujuan. Kelemahan ini mencakup sumber daya, keterbatasan dalam teknologi, atau masalah dalam manajemen (Pearce & Robinson, 2011).

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan dalam organisasi untuk pertumbuhan dan pengembangan. Pearce dan Robinson menjelaskan bahwa memahami tren pasar dan inovasi produk sangat penting dalam menciptakan keuntungan yang lebih besar. Mengidentifikasi peluang memungkinkan suatu bisnis untuk merumuskan strategi yang efektif (Pearce & Robinson, 2011).

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan faktor eksternal yang dapat menghambat dan merugikan kinerja organisasi. Pearce dan Robinson menggarisbawahi pentingnya pemantauan lingkungan eksternal untuk mengidentifikasi ancaman yang mungkin muncul, seperti persaingan yang meningkat, perubahan kebijakan pemerintah, fluktuasi ekonomi, maupun perubahan kondisi lingkungan yang mempengaruhi produk (Pearce & Robinson, 2011).

Aspek Teknis dan Operasional

Menurut Syahputra dkk., aspek teknis dalam studi kelayakan bisnis diperlukan untuk memastikan bahwa bisnis atau proyek dapat berjalan dengan efisien dan sesuai rencana. Analisis aspek teknis membantu menentukan berbagai elemen penting yang mendukung keberlangsungan usaha, seperti lokasi, skala produksi, pemilihan teknologi, hingga ketersediaan tenaga kerja dan bahan baku. Aspek teknis memuat sebagai berikut (Syahputra et al., 2023).

- a. Pemilihan lokasi usaha yang strategis berdasarkan ketersediaan bahan baku, kedekatan dengan pasar, fasilitas transportasi, serta aksesibilitas tenaga kerja.
- b. Penetapan skala produksi yang sesuai dengan permintaan pasar dan efisiensi ekonomi.
- c. Penggunaan teknologi yang mendukung efisiensi dan produktivitas sesuai kemampuan finansial dan kebutuhan bisnis.
- d. Ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung proses produksi, seperti listrik, air, dan jaringan transportasi.
- e. Memastikan kondisi lingkungan seperti iklim dan tanah.

Pontas M. Pardede, seperti yang dikutip oleh Benny dkk, menjelaskan bahwa manajemen operasional dan kontrol produksi melibatkan pengelolaan serta pemantauan proses yang mengubah berbagai sumber daya menjadi produk atau layanan yang lebih bernilai. Secara luas, kontrol operasional mencakup pengambilan keputusan terkait jenis produk, sumber daya yang diperlukan, cara pengolahan sumber daya, serta operasi dan metode produksi yang diterapkan untuk mencapainya (Benny et al., 2023)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis kelayakan bisnis Keripik Singkong Raihanah dari aspek pemasaran, teknis dan operasional. Jenis penelitian yang diterapkan adalah studi kasus, dengan fokus pada analisis mendalam terhadap satu unit usaha, yaitu produksi Keripik Singkong Raihanah. Sumber data utama berasal dari wawancara mendalam dengan Ibu Helmiyah yang memproduksi aneka makanan ringan, terutama keripik, yang memberikan informasi terkait proses produksi, operasional, dan strategi pemasaran. Serta, data sekunder diperoleh melalui studi literatur kajian terdahulu berupa jurnal, buku, dan artikel yang relevan, guna memperkaya analisis. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara, observasi lapangan terhadap proses produksi, dan studi dokumentasi dari literatur terkait. Data dianalisis dengan mengelompokkan dan menggambarkan informasi berdasarkan tema yang muncul dari hasil wawancara dan referensi yang ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian Keripik Singkong Raihanah menunjukkan bahwa usaha ini memiliki potensi keberlanjutan tinggi dari aspek pemasaran yang memiliki strategi yang cukup kuat, tetapi memerlukan perhatian lebih pada aspek operasional.

Aspek Pemasaran Keripik Singkog Raihanah

Usaha Keripik Singkok Raihanah 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 keripik singkong dalam dua varian rasa, yaitu original dan pedas manis. Namun, pada tahun 2015, diversifikasi produk dilakukan dengan menambahkan rasa balado dan jeruk purut, 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 Raihanah ini telah memproduksi berbagai aneka cemilan seperti keripik singkong, keripik pisang, kacang-kacangan, dan marning 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 Raihanah 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 mempengaruhi 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 Raihanah:

1. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan (*strenghts*) 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 Raihamah” 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 Raihanah” 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*)

*Analisis Usaha pada Keripik Singkong Raihanah di Kabupaten Hulu Sungai Selatan,
Kalimantan Selatan Ditinjau dari Aspek Pemasaran, Teknis dan Operasional*

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 Raihanah”, 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 Raihanah” 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.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terkait dengan aspek pemasaran dan aspek teknik dan operasional pada “Keripik Singkong Raihanah” merupakan usaha yang berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Dari aspek pemasaran, strategi sederhana melalui distribusi lokal dan diversifikasi rasa berhasil meningkatkan permintaan produk, meskipun perlu ditingkatkan dengan pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Dari sisi teknis dan operasional, penggunaan bahan baku berkualitas dan manajemen tenaga kerja yang efisien dapat menjaga kelancaran produksi, bahkan ditengah tantangan ketersediaan bahan baku. Namun, risiko fluktuasi harga bahan baku dan ketergantungan pada musim panen masih menjadi tantangan yang perlu dikelola dengan hati-hati. Dengan upaya mitigasi risiko yang sudah diterapkan, seperti menanam singkong sendiri, dan potensi pengembangan strategi digital, usaha “Keripik Singkong Raihanah” berpotensi untuk terus tumbuh dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja serta mendorong terciptanya produk lokal.

DAFTAR REFERENSI

- Aliefah, A. N., & Nandasari, E. A. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Pemasaran dan Keuangan Pada Kedai Olan'z Food Kebumen. *LABITILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(01), 40–56. <https://doi.org/10.33507/labatila.v5i02.475>
- Benny, Hasan, G., Flowrensia, D., Jessica, Jessy, Permata, N. S., & Rovina. (2023). Analisis

- Manajemen Operasional, Hubungan Pelanggan dan Pemasaran Digital pada PT Astra Honda Motor. *YUME: Journal of Management*, 6(2), 648–659.
- 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. *Eknomi 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.v2i2.929>