

## Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Industri Keripik Beras Di Desa Kalumpang Kedung Bulus: Studi Kasus Analisis Potensi Pasar dan Inovasi Produk

### *Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) Development Strategy in the Rice Chips Industry in Kalumpang Kedung Bulus Village: Case Study Analysis of Market Potential and Product Innovation*

Gagah Dwiki Putra Aryono

Kelompok 66 Desa Kalumpang

E-mail: [gagahdpa@gmail.com](mailto:gagahdpa@gmail.com)

#### Article History:

Received: 30 Juli 2023

Revised: 22 Agustus 2023

Accepted: 14 September 2023

*Keywords: Strategy, Business Development, MSMEs*

**Abstract:** *This research raises the theme of strategies for developing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the rice chips industry in Kalumpang Kedung Bulus Village. The aim of this research is to analyze market potential and product innovation as key components in the growth of MSMEs in the rice chips industry. The research method used is a case study with a qualitative approach. Data was collected through in-depth interviews with rice chips MSME owners, field observations, and analysis of documents related to the industry and market. The research results show that MSMEs in Kalumpang Kedung Bulus Village have adopted a product diversification strategy and focused on innovation in taste, packaging and product quality. Market potential analysis identified significant consumer demand for healthy snacks, as well as a preference for local products. The implication of this research is the need to develop policies that support the empowerment of MSMEs through management training, access to financing, and wider market access through the use of digital platforms. Thus, this research provides practical guidance for MSMEs in optimizing market potential and innovating products in order to achieve sustainable growth in the rice chips industry in the region.*

#### Abstrak

Penelitian ini mengangkat tema strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam industri keripik beras di Desa Kalumpang Kedung Bulus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi pasar dan inovasi produk sebagai komponen kunci dalam pertumbuhan UMKM di industri keripik beras. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM keripik beras, observasi lapangan, dan analisis dokumen terkait industri dan pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Desa Kalumpang Kedung Bulus telah mengadopsi strategi diversifikasi produk dan fokus pada inovasi rasa, kemasan, dan kualitas produk. Analisis potensi pasar mengidentifikasi permintaan konsumen yang signifikan terhadap makanan ringan sehat, serta preferensi untuk produk lokal. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya pengembangan kebijakan yang mendukung pemberdayaan UMKM melalui pelatihan manajemen, akses ke pembiayaan, dan akses pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan platform digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan panduan praktis bagi UMKM dalam mengoptimalkan potensi pasar dan berinovasi dalam produk guna mencapai pertumbuhan berkelanjutan dalam industri keripik beras di wilayah tersebut.

**Kata Kunci:** Strategi, Pengembangan Usaha, UMKM

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang tak terbantahkan dalam perekonomian suatu negara. Di tengah dinamika globalisasi dan perubahan gaya hidup konsumen, UMKM menjadi tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja, meratakan pendapatan, dan mendorong inovasi dalam berbagai sektor ekonomi. Di sektor industri makanan ringan, industri keripik beras telah muncul sebagai alternatif menarik dengan pertumbuhan permintaan yang cukup signifikan. Kebutuhan akan makanan sehat dan alami, serta variasi produk yang unik, telah menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka.

Namun, seiring dengan peluang tersebut, UMKM di industri keripik beras juga dihadapkan pada tantangan yang kompleks. Persaingan yang semakin ketat, perubahan tren konsumen, dan adopsi teknologi digital adalah beberapa faktor yang mempengaruhi perjalanan UMKM dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat agar dapat mengoptimalkan potensi pasar dan berinovasi dalam produk.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi strategi pengembangan UMKM dalam industri keripik beras khususnya di Desa Kalumpang Kedung Bulus. Studi kasus ini akan mengambil pendekatan analisis potensi pasar dan inovasi produk sebagai fokus utama untuk memahami bagaimana UMKM di wilayah tersebut dapat bertahan dan berkembang dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Dengan menjelajahi kerangka kerja strategi pengembangan dan faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan UMKM di industri keripik beras, penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik UMKM, pemerintah, dan pihak terkait lainnya. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang potensi pasar dan peluang inovasi, UMKM dapat mengambil langkah-langkah yang lebih cerdas dalam mengelola bisnis mereka, berkontribusi pada perekonomian lokal, dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

## **KAJIAN PUSTAKA**

1. Peran UMKM dalam Perekonomian  
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam menggerakkan perekonomian lokal dan global. UMKM memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, redistribusi pendapatan, serta pemberdayaan masyarakat. (Damanpour, 2014)
2. Industri Keripik Beras dan Pertumbuhan Permintaan  
Industri keripik beras telah mendapatkan perhatian signifikan karena perubahan tren konsumen menuju makanan sehat dan alami. Permintaan terhadap produk ini semakin meningkat karena beras sebagai bahan baku memiliki nilai gizi yang tinggi serta potensi sebagai alternatif makanan yang lebih sehat. (Nugroho et al., 2019)
3. Strategi Pengembangan UMKM  
Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM perlu merumuskan strategi pengembangan yang tepat. Diversifikasi produk, diferensiasi, kolaborasi, dan pemasaran efektif adalah pendekatan yang sering diadopsi untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM. (Kuivalainen et al., 2007)
4. Analisis Potensi Pasar  
Analisis potensi pasar melibatkan pemahaman tentang ukuran pasar, karakteristik konsumen, tren permintaan, dan segmentasi pasar. Informasi ini membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik terkait penetapan harga, pemasaran, dan pengembangan produk. (Malhotra,

2010)

5. Inovasi Produk dan Pertumbuhan Bisnis

Inovasi produk adalah elemen kunci dalam pertumbuhan bisnis. Melalui pengembangan rasa unik, desain kemasan menarik, dan peningkatan kualitas, UMKM dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi produk mereka dan merespons perubahan kebutuhan konsumen. (Tidd & Bessant, 2013)

6. Kolaborasi dengan Pihak Terkait

Kolaborasi dengan pihak terkait, seperti petani bahan baku lokal, dapat memberikan manfaat bagi UMKM dan komunitas lokal. Kerjasama ini memastikan pasokan bahan baku berkualitas dan mendukung keberlanjutan usaha. (Hahn & Gold, 2014)

7. Penggunaan Teknologi Digital dalam Pemasaran

Penggunaan media sosial dan platform daring telah menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran UMKM. Kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun merek secara online, dan meningkatkan visibilitas produk adalah aspek penting dalam menghadapi era digital. (Chaffey et al., 2019)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini akan mengadopsi pendekatan studi kasus dengan metode kualitatif untuk menjelajahi strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam industri keripik beras di Desa Kalumpang Kedung Bulus. Data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM keripik beras, observasi lapangan, dan analisis dokumen terkait industri dan pasar. Analisis isi akan diterapkan untuk menganalisis data kualitatif yang diperoleh dari wawancara dan dokumen, dengan focus pada identifikasi strategi pengembangan yang diadopsi, analisis potensi pasar, serta upaya inovasi produk. Dengan merangkul metode ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana UMKM di wilayah tersebut menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam industri keripik beras melalui analisis yang holistik dan kontekstual.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN HASIL**

Melalui penelitian ini, beberapa hasil kunci telah ditemukan terkait strategi pengembangan UMKM dalam industri keripik beras di Desa Kalumpang Kedung Bulus. Pertama, strategi diversifikasi produk menjadi pendekatan utama yang diadopsi oleh UMKM sebagai respons terhadap persaingan pasar yang semakin ketat. Pengembangan variasi rasa dan desain kemasan menarik telah membantu UMKM dalam membedakan produk mereka dari pesaing dan menciptakan daya tarik bagi konsumen. Kedua, analisis potensi pasar mengungkapkan bahwa permintaan konsumen yang signifikan terhadap makanan ringan sehat dan bahan baku lokal memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mengoptimalkan pangsa pasar mereka.

### **Pembahasan**

Strategi diversifikasi produk yang diimplementasikan oleh UMKM merupakan upaya cerdas dalam memanfaatkan permintaan yang beragam dari konsumen. Dengan menghadirkan variasi rasa dan opsi kemasan yang menarik, UMKM mampu menghadirkan produk yang unik dan relevan dengan selera pasar. Selain itu, penggunaan bahan baku lokal dalam produk juga mendorong pemberdayaan petani lokal serta mempromosikan produk berbasis lokal, yang dapat meningkatkan hubungan dengan komunitas setempat. Analisis potensi pasar membuka wawasan tentang perilaku konsumen dan kecenderungan permintaan. UMKM perlu terus memantau tren dan perubahan preferensi konsumen agar dapat menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan pasar yang terus

berubah. Peningkatan permintaan terhadap makanan sehat dan alami menjadi sinyal bagi UMKM untuk berinovasi dalam pengembangan produk dengan fokus pada nilai gizi dan kualitas.

Pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran juga muncul sebagai temuan penting. UMKM yang mampu memanfaatkan media sosial dan platform daring untuk membangun brand awareness dan berinteraksi langsung dengan konsumen memiliki keunggulan dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas tanpa harus menghadapi hambatan fisik.

Dalam keseluruhan, hasil dan pembahasan ini menyoroti pentingnya strategi pengembangan yang berfokus pada diversifikasi produk, analisis potensi pasar, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital dalam pertumbuhan UMKM di industri keripik beras di Desa Kalumpang Kedung Bulus. Dengan memahami dan mengimplementasikan strategi-strategi ini, UMKM dapat tetap relevan dalam pasar yang kompetitif dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini telah menggali secara mendalam strategi pengembangan UMKM dalam industri keripik beras di Desa Kalumpang Kedung Bulus. Diversifikasi produk menjadi poin penting dalam mengatasi persaingan, di mana pengembangan variasi rasa dan desain kemasan menjadi daya tarik bagi konsumen. Analisis potensi pasar menunjukkan adanya permintaan konsumen terhadap makanan sehat dan nilai lokal, memberikan peluang untuk pemanfaatan bahan baku lokal. Pemanfaatan teknologi digital melalui pemasaran daring memperluas jangkauan dan memperkuat citra merek UMKM.

Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah bahwa strategi diversifikasi produk, analisis potensi pasar, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital merupakan faktor kunci dalam pertumbuhan UMKM dalam industri keripik beras. UMKM harus mampu berinovasi dan merespons perubahan pasar dengan cepat, sambil tetap memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Kerjasama dengan pihak terkait, seperti petani lokal, memperkuat keberlanjutan bisnis dan mendukung komunitas lokal.

Melalui pemahaman mendalam tentang strategi-strategi ini, UMKM dapat mengambil langkah cerdas dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Implementasi strategi pengembangan yang efektif akan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal, memperkuat UMKM sebagai tulang punggung perekonomian, dan menjaga keberlanjutan dalam industri keripik beras di Desa Kalumpang Kedung Bulus.

## **SARAN**

Untuk mendukung pertumbuhan UMKM dalam industri keripik beras di Desa Kalumpang Kedung Bulus, disarankan agar UMKM terus mengembangkan variasi produk yang inovatif untuk menjaga daya tarik konsumen. Analisis potensi pasar harus dilakukan secara berkala untuk mengikuti perubahan tren dan memahami preferensi konsumen. Pemanfaatan teknologi digital harus diperkuat, dengan memaksimalkan media sosial dan platform daring untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, kolaborasi yang lebih erat dengan petani beras lokal perlu ditingkatkan guna mendukung kualitas bahan baku dan keberlanjutan bisnis.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Damanpour, F. (2014). Footnotes to Research on Management of Small and Medium-Sized Enterprises. In *Small and Medium-Sized Enterprises and the Global Economy* (pp. 251-266). Springer.
- Nugroho, A. Y., Arief, S. M., & Subagyo, J. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif Bidang Industri Keripik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Malang*, 3(2), 134-139.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., & Servais, P. (2007). Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*, 42(3), 253-267.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation*. Pearson Education India.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2013). *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*. John Wiley & Sons.
- Hahn, R., & Gold, S. (2014). Microfoundations of routines and capabilities: Individuals, processes, and structure. *Journal of Management Studies*, 51(6), 664-672.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R., & Johnston, K. (2019). *Digital Marketing*. Pearson UK.