



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 931-936

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Strategi Pengembangan *Home Industry* Keripik dalam Meningkatkan Eksistensi Usaha Keluarga

M. Kamilul Iman, Fahrudin

Program studi ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid

ekn.2142400007@unuja.ac.id, fahrudin@unuja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada usaha keripik rumahan “Keripik Sikembar” yang berlokasi di Desa Randujalak, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo. Usaha ini merupakan salah satu pelaku home industry yang berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi keluarga. Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang diterapkan guna meningkatkan eksistensi usaha. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi langsung terhadap pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha menerapkan beberapa strategi pengembangan, seperti diversifikasi, penggunaan bahan baku lokal, serta pemasaran melalui jaringan sosial dan penjualan langsung. Meski belum optimal dalam memanfaatkan media digital, usaha ini mampu bertahan lebih dari sepuluh tahun dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan keluarga. Faktor pendukungnya adalah dukungan keluarga dan kemudahan akses bahan baku, sementara faktor penghambat meliputi keterbatasan modal, inovasi, serta pemasaran berbasis teknologi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh strategi pengembangan yang adaptif, konsisten, dan relevan dengan kondisi lokal, yang mampu menjaga eksistensi usaha sekaligus meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga.

Kata kunci: Eksistensi Usaha, Home Industry, Strategi Pengembangan

1. Latar Belakang

Home industry keripik di Indonesia, khususnya yang dikelola dalam bentuk usaha keluarga, merupakan salah satu pilar penting dalam menopang ekonomi mikro masyarakat lokal. Usaha ini berperan tidak hanya sebagai alternatif penghasilan tambahan, tetapi juga telah berkembang menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak keluarga, terutama di wilayah pedesaan yang memiliki keterbatasan dalam akses terhadap lapangan kerja formal dan sumber daya ekonomi lainnya. Dalam konteks ini, home industry berfungsi sebagai solusi adaptif bagi masyarakat dalam menghadapi kondisi ekonomi yang fluktuatif dan keterbatasan peluang kerja. Keberadaannya mampu mendorong pertumbuhan dan dinamika ekonomi lokal dengan memanfaatkan potensi yang tersedia di lingkungan sekitar, seperti bahan baku lokal berupa singkong, pisang, dan tempe, yang mudah diperoleh dan berbiaya rendah. Selain itu, kegiatan produksi dalam home industry juga mengandalkan keterampilan tradisional yang telah diwariskan secara turun-temurun, sehingga tidak hanya mendukung aspek ekonomi, tetapi juga menjadi media pelestarian budaya lokal dan pengetahuan komunitas. Perpaduan antara pemanfaatan sumber daya lokal dan kearifan tradisional menjadikan home industry keripik sebagai bentuk usaha yang berkelanjutan, mandiri, dan memiliki kontribusi nyata terhadap ketahanan ekonomi masyarakat di tingkat akar rumput.[1]

Secara makro, sektor industri rumah tangga atau home industry memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Peran utamanya tercermin dalam kemampuannya menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, memaksimalkan pemanfaatan sumber daya lokal, serta meningkatkan daya saing produk-produk domestik di tengah arus globalisasi dan kompetisi pasar yang semakin ketat. Dalam konteks ekonomi nasional, sektor ini berada di bawah payung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terbukti menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data terkini, UMKM menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja nasional. [2] Angka ini menunjukkan betapa strategisnya peran sektor UMKM dalam menjaga stabilitas ekonomi, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi global.

Dari sudut pandang geografis, Provinsi Jawa Timur menempati posisi strategis sebagai salah satu pusat pertumbuhan industri rumah tangga, khususnya dalam bidang olahan pangan tradisional seperti keripik. Provinsi ini didukung oleh keberagaman komoditas pertanian, keterampilan masyarakat dalam pengolahan pangan, serta

budaya kewirausahaan yang telah mengakar. Tradisi turun-temurun dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah telah menjadi kekuatan lokal yang mendukung perkembangan UMKM di berbagai wilayah.[3]

Salah satu daerah yang menonjol dalam pengembangan home industry keripik di Indonesia adalah Kabupaten Probolinggo, yang memiliki potensi besar berkat kekayaan hasil pertanian lokal seperti mangga, pisang, ubi kayu (singkong), dan talas. Komoditas-komoditas ini tidak hanya melimpah secara kuantitas, tetapi juga memiliki nilai jual tinggi jika diolah menjadi produk olahan seperti keripik. Pelaku usaha, khususnya yang bergerak dalam skala rumah tangga, memanfaatkan potensi tersebut untuk mengembangkan usaha yang tidak hanya menopang ekonomi keluarga, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian daerah. Meskipun dihadapkan pada keterbatasan modal, rendahnya akses terhadap teknologi, serta hambatan distribusi dan pemasaran, pelaku usaha tetap mampu bertahan dan bersaing melalui berbagai bentuk inovasi dan kreativitas, baik dalam variasi produk, cita rasa, maupun kemasan. Selain itu, kekuatan jejaring sosial yang dimiliki pelaku usaha, seperti dukungan keluarga, relasi lokal, dan promosi dari mulut ke mulut, turut memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan kearifan tradisional yang ada, home industry keripik di Kabupaten Probolinggo menjadi contoh nyata pengembangan ekonomi berbasis masyarakat yang berkelanjutan, adaptif, dan berdaya saing.

Desa Randujalak, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo dipilih sebagai lokasi penelitian karena kawasan ini menunjukkan konsentrasi pelaku home industry keripik yang cukup tinggi, aktif, dan konsisten dalam menjalankan kegiatan usahanya. Keberadaan usaha rumahan tersebut telah menjadi bagian integral dalam struktur ekonomi lokal, berfungsi tidak hanya sebagai sumber penghasilan tambahan, tetapi juga telah berkembang menjadi penopang utama pendapatan keluarga bagi sebagian besar masyarakat desa. Aktivitas home industry keripik di desa ini mencerminkan potensi kewirausahaan lokal yang tumbuh secara organik, dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar. Selain itu, wilayah ini juga menunjukkan dinamika pasar yang terus berkembang, baik dari segi permintaan konsumen yang semakin bervariasi, tren cita rasa produk yang menyesuaikan preferensi pasar, hingga pergeseran model pemasaran yang mulai merambah ke media sosial dan jaringan informal. Faktor-faktor tersebut menjadikan Desa Randujalak sebagai lokasi yang strategis dan relevan untuk dikaji lebih lanjut, khususnya dalam konteks analisis strategi pengembangan usaha kecil berbasis lokal yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Namun, di balik potensi yang dimiliki, para pelaku usaha home industry di Desa Randujalak juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks dan beragam, yang dapat menghambat perkembangan serta keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Salah satu tantangan utama yang paling dirasakan adalah persaingan dengan industri skala besar, yang memiliki sejumlah keunggulan strategis, seperti ketersediaan modal yang lebih besar, penggunaan teknologi produksi yang lebih modern dan efisien, serta cakupan pasar yang luas dan terstruktur. Industri besar juga mampu memproduksi barang dalam skala masif dengan standar mutu yang konsisten, yang pada akhirnya membuat produk mereka lebih kompetitif baik dari segi harga maupun kualitas. Sementara itu, pelaku home industry yang umumnya masih mengandalkan peralatan sederhana dan tenaga kerja terbatas, seringkali kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan pasar yang terus berubah dan semakin kompetitif. Akibatnya, produk-produk home industry kurang mampu bersaing di pasar yang lebih luas, terutama dalam hal efisiensi biaya produksi, daya tahan produk, dan daya tarik kemasan. Tantangan ini menuntut pelaku usaha kecil untuk terus berinovasi dan mencari strategi pengembangan yang tepat agar dapat bertahan dan tetap relevan dalam iklim persaingan yang semakin ketat.

Selain itu, keterbatasan dalam pemasaran dan distribusi juga menjadi kendala signifikan. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional, seperti penjualan langsung dari rumah atau melalui jaringan relasi terbatas, sehingga jangkauan konsumen menjadi sempit dan tidak merata. Hambatan ini diperparah dengan minimnya pemanfaatan teknologi digital, termasuk media sosial dan platform e-commerce, yang seharusnya dapat membantu meningkatkan eksposur produk ke pasar yang lebih luas.[4]

Tidak hanya itu, inkonsistensi kualitas produk, baik dari segi rasa, kerenyahan, maupun kemasan, juga menjadi masalah serius. Hal ini dapat menurunkan kepercayaan konsumen dan berujung pada penurunan permintaan. Kurangnya inovasi, baik dalam pengembangan varian produk maupun dalam strategi branding dan pemasaran, turut menjadi penyebab stagnasi usaha dan berkurangnya daya saing.[5]

Secara keseluruhan, permasalahan-permasalahan tersebut menjadi faktor penghambat dalam proses pertumbuhan usaha, dan jika tidak segera diatasi, akan berdampak pada keberlangsungan dan eksistensi usaha keluarga dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang mendalam mengenai strategi pengembangan usaha yang tepat, adaptif, dan berkelanjutan, agar pelaku home industry keripik di Desa Randujalak mampu bertahan serta berkembang di tengah kompetisi pasar yang terus berubah.

Oleh karena itu, strategi pengembangan menjadi kebutuhan mendesak dalam memperkuat eksistensi usaha keluarga pada sektor ini. Pendekatan strategis dapat membantu pelaku usaha menghadapi tantangan pasar, meningkatkan efisiensi internal, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks penelitian ini, eksistensi usaha tidak hanya dilihat dari keberlanjutan operasional, tetapi juga kapasitas berkembang dan beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini mengangkat judul “Analisis Strategi Pengembangan Home Industry Keripik dalam Meningkatkan Eksistensi Usaha Keluarga”, dengan fokus pada studi kasus pelaku usaha di Desa Randujalak.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (field research). Penelitian dilakukan secara langsung di Desa Randujalak, Kecamatan Besuk, Kabupaten Probolinggo untuk menggali secara mendalam strategi pengembangan yang dilakukan oleh pelaku home industry keripik serta dampaknya terhadap eksistensi usaha keluarga. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami realitas sosial dan praktik usaha secara kontekstual melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian.[6]

Tahapan pelaksanaan penelitian ini dibagi ke dalam tiga bagian utama, yaitu tahap pra-lapangan, tahap kegiatan lapangan, dan tahap analisis data. Pada tahap pra-lapangan, peneliti melakukan serangkaian persiapan awal yang meliputi penyusunan desain awal penelitian berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, eksplorasi terhadap lokasi yang menjadi objek studi untuk memperoleh gambaran umum mengenai kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, serta pemilihan informan yang dianggap relevan dan memiliki pengetahuan mendalam terkait topik penelitian. Selain itu, peneliti juga menyiapkan berbagai instrumen penelitian seperti pedoman wawancara terstruktur maupun semi-terstruktur, alat dokumentasi berupa kamera atau alat perekam suara, serta catatan lapangan yang akan digunakan selama proses pengumpulan data berlangsung. Seluruh aktivitas pada tahap ini bertujuan untuk memastikan kesiapan teknis, logistik, dan metodologis secara menyeluruh, sehingga ketika memasuki tahapan lapangan, proses pengumpulan data dapat berjalan efektif, sistematis, dan sesuai dengan pendekatan kualitatif yang digunakan.[7]

Tahap kegiatan lapangan dilaksanakan pada tanggal 20 Februari hingga 10 Maret 2025, di mana peneliti secara langsung turun ke lokasi penelitian untuk melakukan pengumpulan data. Dalam proses ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipatif serta wawancara mendalam terhadap pelaku usaha keripik sebagai informan utama. Melalui observasi partisipatif, peneliti dapat menyaksikan dan memahami secara langsung aktivitas usaha yang dijalankan, sedangkan wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi yang lebih rinci terkait strategi, pengalaman, dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha.[8] Peneliti juga melakukan penyesuaian sikap dan pola komunikasi sesuai dengan konteks sosial dan budaya masyarakat setempat, guna menciptakan suasana yang kondusif selama proses interaksi berlangsung. Hal ini bertujuan agar informan merasa nyaman dan terbuka dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan. Data yang dikumpulkan bersifat fleksibel dan terbuka terhadap dinamika serta perkembangan temuan yang muncul di lapangan, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh, utuh, dan akurat mengenai realitas usaha yang diteliti.[9]

Data yang telah dikumpulkan dari lapangan kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang dikenal luas dalam penelitian kualitatif. Proses analisis ini terdiri dari tiga komponen utama yang berlangsung secara bersamaan dan berkesinambungan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap reduksi data, peneliti melakukan pemilahan, penyederhanaan, serta pemfokusan informasi dari hasil observasi dan wawancara agar menjadi data yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, dalam tahap penyajian data, informasi yang telah direduksi diorganisasikan ke dalam bentuk pola, tabel, narasi, atau matriks tertentu, sehingga memudahkan dalam melihat hubungan antardata dan mendukung proses interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, di mana peneliti mulai merumuskan temuan sementara, menguji keabsahan data dengan membandingkan berbagai sumber informasi, serta melakukan interpretasi secara mendalam untuk memperoleh kesimpulan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Seluruh proses analisis ini tidak hanya dilakukan setelah data terkumpul sepenuhnya, tetapi juga dilakukan secara simultan selama proses pengumpulan data berlangsung, sehingga memungkinkan adanya penyesuaian dan pendalaman informasi seiring dengan berkembangnya temuan di lapangan.[10]

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri, yang berperan secara aktif dan langsung dalam setiap tahapan proses penelitian, mulai dari perencanaan, penyusunan pertanyaan penelitian, pengumpulan data, hingga proses analisis dan penarikan kesimpulan. Sebagai instrumen utama, peneliti dituntut untuk memiliki kepekaan, keterampilan komunikasi, serta kemampuan interpretatif yang baik dalam memahami konteks sosial dan makna yang terkandung di balik informasi yang disampaikan oleh informan. Keterlibatan langsung peneliti

memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih mendalam dengan subjek penelitian, sehingga dapat menangkap nuansa-nuansa penting yang tidak selalu terungkap dalam data verbal. Selain mengandalkan keterlibatan personal, peneliti juga dibantu oleh sejumlah instrumen pendukung, seperti panduan wawancara semi-terstruktur yang disusun untuk menjaga alur wawancara tetap fokus namun tetap terbuka terhadap eksplorasi informasi tambahan. Peneliti juga menggunakan catatan lapangan untuk merekam hal-hal penting yang tidak terekam secara audio, seperti ekspresi nonverbal, konteks situasi, atau dinamika sosial yang terjadi selama proses observasi. Alat perekam suara digunakan untuk mendokumentasikan hasil wawancara secara utuh, sehingga memudahkan proses transkripsi dan analisis data secara lebih akurat. Kombinasi antara keterlibatan aktif peneliti dan penggunaan instrumen pendukung tersebut diharapkan mampu menghasilkan data yang kaya, mendalam, dan valid dalam menjawab pertanyaan penelitian.[11]

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, yang saling melengkapi untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap objek penelitian. Data primer diperoleh secara langsung dari pelaku usaha home industry keripik melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif, yang memungkinkan peneliti menggali informasi secara langsung mengenai strategi usaha, tantangan yang dihadapi, serta kondisi operasional di lapangan. Melalui observasi, peneliti juga dapat menangkap aspek-aspek non-verbal dan dinamika sosial yang tidak selalu terungkap dalam wawancara. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti dokumen administrasi usaha, laporan kegiatan, data desa, literatur ilmiah, jurnal, buku, serta data statistik terkait UMKM dan industri rumah tangga di wilayah Kabupaten Probolinggo. Data sekunder ini berfungsi untuk memperkaya konteks penelitian, memperkuat temuan dari data primer, serta mendukung proses triangulasi dalam rangka meningkatkan validitas dan kredibilitas hasil penelitian.[12]

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji menggunakan teknik triangulasi waktu, yaitu dengan membandingkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada waktu dan situasi yang berbeda terhadap informan utama, yaitu Ibu Suyama, pemilik usaha keripik di Desa Randujalak. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi konsistensi jawaban serta kesesuaian antara pernyataan informan dan kondisi nyata yang diamati di lapangan. Dengan melakukan pengumpulan data secara berulang pada berbagai kesempatan, peneliti dapat melihat apakah informasi yang diperoleh bersifat stabil atau mengalami perubahan yang signifikan tergantung pada waktu dan situasi tertentu. Triangulasi waktu tidak hanya membantu dalam mendeteksi potensi bias dalam jawaban informan, tetapi juga memungkinkan peneliti untuk menangkap dinamika yang mungkin muncul selama proses penelitian. Teknik ini dipilih karena mampu meningkatkan keandalan dan kredibilitas data, serta memberikan jaminan bahwa temuan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan realitas yang sedang diteliti, bukan semata-mata hasil dari satu kali interaksi atau interpretasi sepihak. Dengan demikian, triangulasi waktu menjadi salah satu langkah penting dalam menjaga integritas metodologis dan kualitas ilmiah dari hasil penelitian kualitatif ini.[13]

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Strategi Pengembangan Usaha Home Industry Keripik

Salah satu strategi utama yang diterapkan dalam pengembangan usaha home industry keripik “Sikembar” adalah strategi diversifikasi produk. Strategi diversifikasi produk adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau pelaku usaha untuk menambah atau mengembangkan variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen, baik dalam bentuk penambahan jenis produk baru, modifikasi produk lama, maupun pengembangan fitur atau kemasan, guna menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi ketergantungan pada satu produk, serta meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.[14] Strategi ini dijalankan sebagai bentuk adaptasi terhadap dinamika pasar, keterbatasan bahan baku, dan upaya mempertahankan eksistensi usaha. Diversifikasi dilakukan melalui variasi bahan baku, pengembangan rasa, serta penggunaan kemasan sederhana namun memiliki identitas khas. Dari hasil wawancara dengan Ibu Suyama, strategi ini muncul sebagai respons terhadap permintaan konsumen yang menginginkan keripik dari bahan selain singkong, seperti pisang, talas, dan labu. Musim panen lokal memengaruhi pilihan bahan, memungkinkan efisiensi biaya produksi dan menjaga kesinambungan usaha. Strategi ini juga menunjukkan fleksibilitas pelaku usaha dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan ketersediaan pasar. Meskipun belum berbasis riset formal, pendekatan ini berbasis pengalaman dan respons langsung terhadap pasar. Upaya branding juga dilakukan melalui pelabelan sederhana, sebagai langkah awal membangun identitas produk.

Selain diversifikasi, strategi peningkatan kualitas produk juga menjadi prioritas utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan daya saing. Strategi peningkatan kualitas produk adalah serangkaian tindakan sistematis yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memperbaiki atau meningkatkan karakteristik produk, seperti bahan baku, proses produksi, daya tahan, tampilan, rasa, hingga kemasan, dengan tujuan untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen, serta meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.[15] Pelaku usaha menunjukkan

perhatian terhadap kualitas rasa dan tekstur keripik, dengan menjaga kebersihan, memilih bahan baku berkualitas, serta mengontrol proses produksi. Pemilihan singkong tua dan pisang yang tidak terlalu matang menjadi standar bahan yang digunakan, sementara penggorengan dilakukan dengan minyak bersih dan api terukur. Meskipun menggunakan peralatan tradisional seperti tungku kayu, pelaku usaha tetap berusaha mengoptimalkan hasil dengan keterampilan yang dimiliki. Kesadaran akan pentingnya kebersihan dan konsistensi mutu menjadi indikator bahwa meskipun skala usaha masih mikro, pelaku telah mengimplementasikan prinsip-prinsip dasar pengendalian mutu secara informal namun efektif.

3.2. Dampak Strategi Pengembangan terhadap Ekonomi Keluarga

Penerapan strategi diversifikasi dan peningkatan kualitas produk secara langsung memberikan dampak terhadap peningkatan ekonomi keluarga. Usaha keripik “Sikembar” tidak hanya menjadi sumber pendapatan tambahan, tetapi juga penopang utama ekonomi rumah tangga. Berdasarkan pernyataan Ibu Suyama, usaha ini telah membantu memenuhi kebutuhan dasar keluarga, bahkan dalam kondisi keuangan yang tidak stabil. Ketika permintaan meningkat, sebagian keuntungan dapat disisihkan untuk tabungan atau pembelian kebutuhan jangka menengah, seperti peralatan rumah tangga. Lebih jauh, usaha ini juga memberikan dampak psikologis positif bagi pelaku, khususnya dalam aspek kemandirian ekonomi perempuan. Kemandirian tersebut mendorong kepercayaan diri, peran aktif dalam pengambilan keputusan rumah tangga, dan perasaan dihargai secara sosial. Hal ini menunjukkan bahwa home industry keripik berkontribusi tidak hanya secara finansial, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi perempuan dan keseimbangan peran dalam keluarga.

Dalam konteks ekonomi keluarga, usaha keripik ini juga berfungsi sebagai penyangga keuangan saat terjadi ketidakpastian atau gangguan pendapatan dari sumber lain. Ibu Suyama menyatakan bahwa keberadaan usaha ini sangat membantu dalam menjaga kestabilan ekonomi rumah tangga. Kondisi ini menegaskan bahwa usaha mikro berbasis rumah tangga memiliki fungsi strategis dalam sistem ekonomi keluarga, terutama di wilayah pedesaan yang rentan terhadap dinamika ekonomi makro. Dengan demikian, strategi pengembangan usaha memiliki efek berantai yang memperkuat ketahanan rumah tangga secara menyeluruh.

3.3. Faktor Pendukung dan Penghambat Implementasi Strategi

Implementasi strategi pengembangan usaha tidak terlepas dari berbagai faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi keberhasilan pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Faktor pendukung utama adalah keterlibatan keluarga dalam seluruh proses produksi, mulai dari persiapan bahan hingga pengemasan. Kolaborasi ini memperkuat semangat kerja dan membentuk rasa kepemilikan terhadap usaha bersama. Selain itu, penggunaan modal pribadi mengurangi ketergantungan pada utang dan meningkatkan fleksibilitas dalam pengelolaan usaha. Ketersediaan bahan baku dari lingkungan sekitar juga menjadi keuntungan tersendiri, karena menurunkan biaya logistik dan meningkatkan efisiensi produksi. Dukungan jaringan pemasaran informal, terutama melalui relasi sosial dan konsumen loyal, telah mendorong distribusi produk ke luar wilayah desa, yang menunjukkan potensi perluasan pasar meskipun dilakukan secara konvensional.

Di sisi lain, pelaku usaha menghadapi beberapa kendala yang cukup signifikan, seperti keterbatasan alat produksi yang masih tradisional. Penggunaan tungku dan kayu bakar, meskipun ekonomis, kurang efisien dan tergantung pada kondisi cuaca. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku menjadi tantangan tersendiri, terutama pada musim-musim tertentu yang menyebabkan kenaikan harga atau kelangkaan. Tantangan lainnya adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Kurangnya pemahaman tentang media sosial dan e-commerce menghambat perluasan pasar ke skala yang lebih luas. Padahal, penguasaan teknologi digital saat ini merupakan salah satu faktor penting dalam pertumbuhan usaha mikro. Oleh karena itu, dibutuhkan dukungan eksternal berupa pelatihan, pendampingan, atau akses modal agar pelaku usaha dapat mengatasi kendala tersebut secara berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap pelaku usaha home industry keripik “Sikembar” di Desa Randujalak, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dijalankan secara sederhana namun konsisten mampu memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha dan ketahanan ekonomi keluarga. Strategi pengembangan dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu diversifikasi produk dan peningkatan kualitas. Diversifikasi dilakukan dengan menambahkan bahan baku alternatif seperti pisang, talas, dan labu, serta menawarkan varian rasa yang beragam untuk memenuhi selera pasar. Sementara itu, peningkatan kualitas dilakukan melalui pemilihan bahan yang baik, penggunaan minyak bersih, dan teknik pengolahan yang

higienis meskipun masih menggunakan peralatan tradisional. Strategi-strategi tersebut terbukti memberikan kontribusi nyata dalam menunjang ekonomi keluarga. Hasil penjualan keripik digunakan untuk mencukupi kebutuhan rumah tangga dan berbagai keperluan lainnya. Bahkan dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu, usaha ini tetap memberikan pemasukan yang stabil bagi keluarga. Selain berdampak secara finansial, usaha ini juga memperkuat peran perempuan dalam rumah tangga sebagai pelaku usaha yang mandiri dan berdaya secara ekonomi. Keberhasilan implementasi strategi tidak terlepas dari sejumlah faktor pendukung seperti keterlibatan anggota keluarga dalam proses produksi, kemudahan akses bahan baku dari lingkungan sekitar, serta jangkauan pemasaran yang telah berkembang hingga ke luar desa. Namun demikian, masih terdapat kendala seperti keterbatasan alat produksi, fluktuasi harga bahan baku, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Meskipun demikian, pelaku usaha mampu menghadapi tantangan tersebut dengan sikap adaptif dan semangat wirausaha yang tinggi, sehingga usaha tetap berjalan dan berkembang sesuai dengan kapasitas yang dimiliki.

Referensi

1. Moh. Kurdi *et al.*, “Pendampingan UMKM: Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi di Era Digital Pada UMKM Bintang Emas di Desa Kasengan, Kecamatan Manding, Kabupaten Sumenep,” *Din. Sos. J. Pengabd. Masy. dan Transform. Kesejaht.*, vol. 1, no. 2, pp. 31–39, Jun. 2024, doi: 10.62951/dinsos.v1i2.197.
2. Haryo Limanseto, “UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia.” [Online]. Available: www.ekon.go.id
3. B. P. S. K. Probolinggo, “Kabupaten Probolinggo Dalam Angka 2024,” BPS Kabupaten Probolinggo, Probolinggo, 2024. [Online]. Available: <https://probolinggokab.bps.go.id>
4. Laila Roqyah *et al.*, “Strategi Digital Marketing untuk UMKM: Meningkatkan Daya Saing di Pasar Lokal Melalui Media Sosial,” *J. Organ. dan Manaj. Indones.*, vol. 3, no. 1 SE-Articles, pp. 41–50, Apr. 2025, [Online]. Available: <https://ejournal.mediapenamandiri.com/index.php/jomi/article/view/89>
5. S. Sufaidah, M. Munawarah, N. Aminah, M. A. Prasastii, and D. Oktavianti, “Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing,” *Jumat Ekon. J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 3 SE-Articles, pp. 152–156, Dec. 2022, doi: 10.32764/abdimatekon.v3i3.3195.
6. Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: ALVABETA, 2016.
7. “Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data,” *J. Teknol. Pendidik. Dan Pembelajaran | E-ISSN 3026-6629*, vol. 2, no. 3 SE-Articles, pp. 793–800, Jan. 2025, [Online]. Available: <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jtpp/article/view/581>
8. R. Setiawan and F. Anjani, “Peran Observasi Partisipatif dan Wawancara Mendalam dalam Penelitian Kualitatif UMKM,” *J. Komun. dan Sos. Hum.*, vol. 10, no. 1, pp. 15–24, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.unpam.ac.id/index.php/jksh/article/view/5020>
9. M. Sya’adah, S. Sukri, and M. Akbar, “Adaptasi Komunikasi Masyarakat Transmigran Jawa dan Transmigran Bali dalam Penyuluhan Pertanian (Studi Deskriptif Kualitatif di Desa Watabenua, Landono Sulawesi Tenggara),” *J. Penelit. Inov.*, vol. 4, no. 2 SE-Artikel, pp. 289–296, Apr. 2024, doi: 10.54082/jupin.305.
10. Q. Qomaruddin and H. Sa’diyah, “Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman,” *J. Manag. Accounting, Adm.*, vol. 1, no. 2 SE-Articles, pp. 77–84, Dec. 2024, doi: 10.52620/jomaa.v1i2.93.
11. L. Yuliana, “Peran Peneliti sebagai Instrumen Utama dalam Penelitian Kualitatif,” *J. Ilm. Ilmu Pendidik.*, vol. 5, no. 1, pp. 50–58, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/JIIP/article/view/1105>
12. R. A. Sari and H. R. Putra, “Penggunaan Data Primer dan Sekunder dalam Penelitian Kualitatif: Studi Kasus UMKM Pangan Lokal,” *J. Ilmu Sos. dan Hum.*, vol. 7, no. 1, pp. 23–34, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/JISH/article/view/3451>
13. R. Handayani and S. Wulandari, “Penggunaan Teknik Triangulasi dalam Menjamin Validitas Penelitian Kualitatif,” *J. Penelit. dan Eval.*, vol. 8, no. 2, pp. 101–112, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/jpe/article/view/1435>
14. Hadi Broto, M. H. Thamrin, Alinda Nurayani, M. Marjohan, and H. Supratikta, “Peningkatan Penjualan Produk UMKM Melalui Inovasi dan Diversifikasi Produk Pada UMKM di Kel. Kayumanis Kec. Tanah Sareal Kota Bogor,” *Karimah Tauhid*, vol. 4, no. 1 SE-Articles, pp. 807–820, Jan. 2025, doi: 10.30997/karimahtauhid.v4i1.17639.
15. A. W. Anisa Wahyu Safitri and Firda Zulfa Fahriani, “Strategi Peningkatan Kualitas Produk dan Penentuan Harga untuk Menumbuhkan Loyalitas Konsumen pada UMKM Jaguar Tas Pos di Kabupaten Tulungagung,” *Istithmar*, vol. 8, no. 2 SE-Articles, pp. 166–178, Dec. 2024, doi: 10.30762/istithmar.v8i2.1113.