

ANALISIS UMKM PEMBUATAN KERIPIK SINGKONG DI DESA JATINAGARA KECAMATAN JATINAGARA KABUPATEN CIAMIS

Heni Herna Sari¹, Taupik Ramdani², Nita Yunengsih³,
Reni siti Maryam⁴, Evi Julia Ningsih⁵, Ii Sujai⁶

Universitas Galuh Ciamis^{1,2,3,4,5,6}

E-mail: henisari@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu potensi yang dapat dikembangkan di Desa Jatinagara Kecamatan Jatinagara Kabupaten Ciamis adalah sektor industri UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Salah satu UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di Desa Jatinagara Kecamatan Jatinagara Kabupaten Ciamis adalah UMKM yang membuat keripik singkong yaitu UMKM Keripik Singkong Emak. UMKM merupakan usaha kecil yang bergerak di bidang industri makanan ringan yang menghasilkan produk unggulan yaitu keripik singkong. Sistem pemasaran yang digunakan masih menggunakan sistem door to door dimana pemasaran produk keripik singkong UMKM Emak masih dititipkan di warung-warung di Toko-toko juga di Pasar dan cakupan wilayah penjualannya hanya mencakup wilayah kecamatan Jatinagara, juga banyak warga sekitar yang membeli langsung ke tempat produksi keripik singkong Emak. Penelitian ini menerapkan desain deskriptif karena dalam penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau uraian dari objek penelitian. Penelitian dengan desain deskriptif yang paling sederhana menyangkut suatu pertanyaan yang menanyakan suatu hal mengenai pokok permasalahan tertentu seperti besarnya, prosesnya, distribusinya, bentuknya dan sebagainya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena dari sudut atau perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak berwawancara, observasi, diminta memberikan data berdasarkan persepsinya.

Kata kunci: UMKM, Produksi, Penelitian.

ABSTRACT

One of the potentials that can be developed in Jatinagara Village, Jatinagara District, Ciamis Regency is the MSME industrial sector (Micro, Small and Medium Enterprises). One of the MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in Jatinagara Village, Jatinagara District, Ciamis Regency is an MSME that makes cassava chips, namely MSME Cassava Chips. MSMEs are small businesses engaged in the snack food industry that produce superior products, namely cassava chips. The marketing system used still uses a door to door system where the marketing of cassava chips products of MSME Emak is still left in stalls in shops as well as in the market and the sales area coverage only covers the Jatinagara sub-district, as well as many local residents who buy directly to the production site. Mother's cassava chips. This study applies a descriptive design because in this research it produces descriptive data in the form of written words or descriptions of the research object. Research with the simplest descriptive design involves a question that asks a question about a certain subject matter such as its magnitude, process, distribution, shape and so on. The approach used in this study is a qualitative approach aimed at understanding phenomena from the participant's point of view or perspective. . Participants are people who are invited to interview, observe, and are asked to provide data based on their perceptions.

Keywords: *MSME, Production, Research.*

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi faktor pendorong dalam terciptanya pembangunan ekonomi nasional. Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menarik perhatian yang lebih serius dari berbagai kalangan baik pemerintah ataupun masyarakat umum, hal ini tidak terlepas dari peran UMKM dalam penyerapan tenaga kerja, sumbangan pendapatan nasional (GDP) dan ketahanan UMKM terhadap berbagai gejolak.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) juga berperan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan ekonomi dan ekspor non migas yang secara langsung turut menciptakan peningkatan pendapatan masyarakat sekitarnya. Secara mikro ekonomi UMKM keberadaannya sangat fluktuatif, hal ini dapat terjadi karena pergeseran sektor usaha guna mengikuti pangsa pasar yang ada atau karena memiliki struktur permodalan yang belum mapan. Kondisi tersebut menjadikan posisi UMKM apakah tumbuh atau mati seringkali sangat sukar terdeteksi, akan tetapi secara makro ekonomi perkembangan UMKM selalu menunjukkan peningkatan.

Berdasarkan data dari badan pusat statistik (BPS) tahun 2013 sampai 2015 UMKM di Indonesia terus mengalami kenaikan baik dari segi jumlah usahanya. Ada beberapa alasan kuat mengapa usaha kecil menengah perlu dikembangkan di Indonesia.

Pertama, UMKM menyerap banyak tenaga kerja. Adanya perkembangan usaha kecil menengah akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja dan pengurangan jumlah kemiskinan. Melalui modal yang sedikit bisa membangun usaha kecil, teknologi yang digunakan sangat sederhana sehingga bersifat padat karya, yang memerlukan banyak tenaga kerja. Semakin bertumbuhnya perekonomian, semakin sejahtera manusia atau makmurnya sebuah masyarakat, maka timbulah permintaan akan barang dan jasa baru. Akibatnya makin terbentang kesempatan untuk berinovasi dalam membuat barang dan jasa untuk memenuhi

kebutuhan guna memuaskan keinginan manusia.

Kedua, pemerataan dalam distribusi pembangunan. Lokasi UMKM banyak di pedesaan dan menggunakan sumber daya alam lokal. Adanya perkembangan UMKM yang baik mendorong terjadi pemerataan dalam distribusi pendapatan dan juga pemerataan pembangunan, sehingga akan mengurangi diskriminasi spasial antara kota dan desa. Kesenjangan pembangunan antara kota dan desa menyebabkan terjadinya urbanisasi yang masif.

Akibatnya, masyarakat desa mencari pekerjaan di kota walaupun ada sumber daya alam yang baik di desa. Nilai tambah sektor pertanian yang menurun dan kurangnya kebijakan yang bisa membuat sektor pertanian berkembang mengakibatkan generasi muda tidak mau lagi bekerja di sektor ini. Para sarjana kita juga semakin enggan bekerja di sektor pertanian maupun membuka usaha kecil dan menengah.

Ketiga, pemerataan dalam distribusi pendapatan. UMKM sangat kompetitif dengan pola pasar hampir sempurna, tidak ada monopoli dan mudah dimasuki (*barrier to entry*). Pengembangan UMKM yang melibatkan banyak tenaga kerja pada akhirnya akan mempertinggi daya beli. Hal ini terjadi karena pengangguran berkurang dan adanya pemerataan pendapatan yang pada gilirannya akan mengentaskan kemiskinan. Disamping keberadaannya yang sangat positif dan potensial, UMKM memiliki beberapa kendala usaha baik internal maupun eksternal.

Faktor-faktor internal diantaranya adalah kualitas tenaga kerja (SDM), jika dilihat dari tingkat pendidikan atau keahlian pekerja yang masih rendah, tingkat kewirausahaan yang kurang, kendala permodalan, dan lain sebagainya. Sedangkan faktor eksternal yang termasuk penting adalah kebijakan pemerintah yang dinilai tidak memihak UMKM sehingga menyebabkan daya saing UMKM rendah (Tambunan & amongangan, 2006). Di Indonesia jumlah UMKM setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah ini harus diikuti dengan peningkatan produktivitas yang berdampak pada

kinerja UMKM. Faktanya sumbangan output UMKM terhadap pembentukan PDB bukan dari tingkat produktivitasnya yang tinggi melainkan jumlah unit usahanya yang memang jauh lebih banyak dari jumlah unit usaha besar (Tambunan, 2009).

Fenomena perdagangan bebas yang menciptakan struktur ekonomi global menyebabkan arus lalu lintas barang, jasa, modal, dan tenaga kerja dapat berpindah dari suatu negara ke negara lain tanpa adanya batasan dan rintangan, sehingga menyebabkan terjadinya pergeseran paradigma dari penekanan paradigma *physical capital* (modal fisik) ke paradigma baru yang memfokuskan pada *intellectual capital* (Suhendah, 2012). Modal intelektual yang terdiri dari sumber daya manusia (*human capital*), dan kemampuan inovasi (*innovation capital*) sebagai aset tak berwujud menjadi salah satu faktor penentu dalam sebuah keberhasilan bisnis.

UMKM memiliki fungsi serta peran yang masif bagi perekonomian sebuah negara, khususnya di Indonesia. Sebagai fakta singkat, UMKM menjadi salah satu penopang utama ekonomi Indonesia saat nyaris tumbang akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 silam. Ketika banyak perusahaan raksasa yang bangkrut pada masa itu, aktivitas UMKM di Indonesia justru menjadi penyelamat negara yang sedang berada dalam kondisi terpuruk.

Ciri bisnis UMKM :

Sebagai sebuah bisnis, Usaha Mikro, Kecil, Menengah memiliki beberapa ciri-ciri yang dapat dicermati. Sebagai contoh:

- a. Jenis barang atau komoditi yang tidak tetap dan dapat berganti sewaktu-waktu.
- b. Memiliki tempat usaha yang dapat berpindah jika dibutuhkan. Belum memiliki penerapan administrasi yang lengkap. Bahkan, pengelolaan keuangannya juga seringkali masih campur aduk dengan keuangan pribadi.
- c. SDMnya belum memiliki jiwa wirausaha yang terasah sempurna.
- d. Pelaku UMKM kebanyakan tidak mempunyai akses perbankan, meski sebagian sudah mempunyai akses pada lembaga keuangan non bank.
- e. Sebagian besar tidak memiliki surat izin usaha

ataupun legalitas lainnya seperti NPWP.

Peran dan fungsi umkm bagi ekonomi peluang pekerjaan baru pasti akan terbuka bagi masyarakat di sekitarnya. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM biasanya memiliki syarat lapangan kerja yang ringan dan dapat dilamar oleh masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah maupun tanpa kualifikasi yang spesifik.

Karenanya, usaha ini dapat menjadi kesempatan bagi masyarakat untuk bisa mendapatkan penghasilan tanpa harus meninggalkan kegiatan harian yang tidak dapat ditinggalkan. Sebagai contoh, ibu rumah tangga dapat turut bergabung pada komunitas bisnis mikro maupun kecil dan menjadi pengrajin maupun pekerja di bidang kuliner. UMKM yang maju menjadi salah satu cara bagi suatu Negara untuk bisa mewujudkan kondisi perekonomian yang merata. Bahkan, melalui usaha ini, kondisi ekonomi di kota kecil maupun pedesaan juga akan ikut terdorong dan bertumbuh.

Masyarakat juga mampu mengakses beragam produk dan jasa secara langsung di area sekitar tempat tinggal, tanpa harus menuju ke pusat kota. Bisa dibayangkan jika tidak ada UMKM yang berkembang, masyarakat pedesaan setiap harinya harus menuju ke pusat perbelanjaan di kota besar sebatas untuk memenuhi kebutuhan primer saja.

Saat hal ini terjadi, sudah pasti kondisi ekonomi di pedesaan jauh lebih terpuruk ketimbang masyarakat yang tinggal di tengah kota. UMKM sudah terbukti mampu membangkitkan ekonomi di saat negara mengalami situasi yang kritis. Pada tahun 1997, krisis moneter yang terjadi di Indonesia berhasil diatasi berkat sektor UMKM yang terus berkembang. Alhasil, meski sedang diterpa isu krisis moneter, masyarakat Indonesia masih mampu memenuhi kebutuhan primernya dengan lebih mudah.

Hal serupa juga kembali terjadi di saat pandemi virus Covid-19 ini. Di saat adanya anjuran untuk tidak beraktivitas di luar rumah, UMKM dapat beradaptasi dengan menawarkan barang dagangannya secara *online* dan tetap memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan begitu, kondisi ekonomi akan tetap berjalan dan lambat laun

kembali bangkit.

Setiap bisnis dimulai sebagai hasil ide dari seorang atau lebih mengenai barang dan jasa yang disebut wiraswasta (entrepreneurs), yang mengorganisasikan, mengelola, dan mengasumsikarisiko yang dihadapi mulai dari permulaan bisnis. Menjalankan bisnis kadang tidak sama persis dengan apa yang direncanakan sebab banyak hal-hal yang mengakibatkan suatu bisnis yang mulanya dapat memberikan keuntungan kemudian berubah menjadi tidak menguntungkan (gagal).

Hal tersebut biasa disebabkan karena adanya kesalahan dalam perencanaan, kesalahan dalam menaksir pasar yang tersedia, kesalahan dalam memilih teknologi yang tepat dipakai, kesalahan dalam memperkirakan bahan baku, kesalahan dalam memproduktifitas kebutuhan tenaga kerja, kesalahan dalam penghitungan dibidang ekonomi ataupun bisa juga disebabkan karena faktor lingkungan yang berubah, baik lingkungan ekonomi, sosial maupun politik. Sebagai langkah mengantisipasi hal-hal yang akan terjadi, maka dibutuhkan suatu rencana yang matang dalam melakukan kegiatan ekonomi sehingga usaha maupun bisnis yang dijalankan sesuai apa yang diinginkan serta dapat memiliki alternatif lain ketika suatu usaha tersebut mengalami suatu kendala

Bisnis selalu berpengaruh besar dalam kehidupan ekonomi, sosial dan politik sepanjang sejarah peradaban umat manusia. Kekuatan ekonomi yang dibangun melalui bisnis bisa mempengaruhi gejolak maupun stabilitas politik suatu bangsa. Jatuh banggunya setiap rezim pemerintahan kerap diawali oleh krisis ekonomi di negara tersebut yang gagal ditangani dengan baik. Hampir setiap manusia di dunia ini dalam bentuk dan skalanya masing-masing- terlibat dalam urusan bisnis. Rasulullah Sallahu alaihi wa sallam sendiri merupakan orang yang terlibat dalam kegiatan bisnis semasa beliau masih hidup.

Kesempatan bisnis muncul bagi mereka yang mampu menghasilkan produk yang diinginkan oleh konsumen jika perusahaan dapat membuat barang atau jasa yang sangat menarik maka prospeknya akan menjadi cerah. Usaha atau bisnis terdapat 4 faktor yang perlu diperhatikan sebagai inti

melakukan bisnis, yaitu pemilik usaha, produk yang ditawarkan, tenaga kerja dan konsumen.

Peranan bisnis sangatlah penting bagi kehidupan masyarakat karena melalui kegiatan bisnis suatu perusahaan akan memenuhi setiap kebutuhan (needs) dan keinginan (wants) dari masyarakat konsumen yang beraneka ragam sehingga konsumen merasa terpuaskan (customer satisfaction).Setiap anggota masyarakat memiliki banyak kepentingan, kebutuhan, dan keinginan yang berbeda adanya kegiatan bisnis sangat membantu perputaran ekonomi pun cenderung lebih cepat sehingga peluang tersebut dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi untuk melakukan usaha. Ada banyak bisnis yang dapat digeluti dari usaha skala kecil maupun sampai tingkat modern. Berbagai macam usaha atau bisnis digeluti dengan melihat peluang serta permintaan pasar dan salah satunya yaitu memanfaatkan singkong atau ubi kayu. Singkong merupakan produk pertanian yang cocok untuk dijadikan unit bisnis karena manfaat yang diperoleh komoditi tersebut cukup banyak dan bermanfaat melihat pangsa pasar yang menggiurkan atas bahan baku singkong.

Singkong (Manihot Utilissima) adalah perdu tahunan tropika dan subtropika dari suku Euphorbiaceae. Umbinya dikenal luas sebagai makanan pokok penghasil karbohidrat dan daunnya sebagai sayuran. Perdu bisa mencapai 7 meter tinggi dengan sejumlah akar cabang yang kemudian membesar menjadi umbi akar yang dapat dimakan. Ukuran umbi rata rata bergaris tengah 2-3 cm dan panjang 50-80 cm, tergantung dari klon/kultivar. Bagian dalam umbinya berwarna putih atau kekuning-kuningan.⁸

Sejalan dengan permintaan pasar yang meningkat, singkongpun di budidayakan di Indonesia. Singkong ini dapat diolah menjadi berbagai macam aneka olahan makanan, salah satunya olahan dan juga memiliki permintaan pasar yang tinggi adalah keripik singkong.

Keripik singkong merupakan sejenis makanan ringan berupa irisan tipis yang terbuat dari umbi-umbian seperti ubi kayu atau singkong yang memiliki rasa yang gurih dan renyah yang banyak disukai oleh konsumen. Cemilan keripik singkong ini sudah tidak asing dimasyarakat Indonesia dan

membuat peluang bisnis yang menguntungkan. Seiring dengan banyaknya dengan meningkatnya permintaan, produsen mulai berinovasi menambahkan beberapa varian rasa dalam produk makanan tersebut.

Prospek pengembangan usaha makanan ringan sangat berpeluang besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, apalagi peluang bisnis pembuatan keripik dimana usaha pembuatan keripik ini sangat membantu pendapatan masyarakat.

KAJIAN PUSTAKA

Analisis

1. Menurut Harahap (2004), analisis adalah suatu upaya untuk memecahkan atau menguraikan sesuatu unit menjadi berbagai unit terkecil. Menurut Gorys Keraf, analisis adalah sebuah proses untuk memecahkan sesuatu ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lainnya.
2. Komarudin. Menurut Komarudin, analisis adalah aktivitas berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen-komponen kecil sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungan masing-masing komponen, dan fungsi setiap komponen dalam satu keseluruhan yang terpadu.
3. Wiradi. Menurut Wiradi, analisis adalah aktivitas yang memuat kegiatan memilah mengurai, membedakan sesuatu yang kemudian digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari makna dan kaitannya masing-masing.
4. Dwi Prastowo Darminto. Pengertian analisis menurut Dwi Prastowo Darminto, analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.
5. Robert J. Schreiter. Pengertian analisis menurut Robert J. Schreiter adalah “membaca” teks yang melokalisasikan berbagai tanda dan menempatkan tanda-tanda tersebut dalam interaksi yang dinamis, dan pesan-pesan yang

disampaikan.

6. Husein Umar. Menurut Husein Umar, pengertian analisis adalah suatu proses kerja dari rangkaian tahapan pekerjaan sebelum riset, didokumentasikan dengan tahapan pembuatan laporan.

UMKM

Pengertian menurut para ahli

1. Menurut Rudjito (2003) Mengemukakan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.
2. Menurut Ina Primiana, pengertian UMKM adalah pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, adalah Industri manufaktur, Agribisnis, Bisnis kelautan dan Sumber daya manusia.
3. Menurut M. Kwartono, pengertian UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang punya kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- dimana tana dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Atau mereka yang punya omset penjualan tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia.

METODE

Penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif, yaitu menjelaskan serta menggambarkan mengenai apa yang terjadi di lapangan. Dalam melaksanakan kegiatan yang digunakan yaitu pertama survey guna mengetahui potensi yang terdapat di lokasi kegiatan, dengan mengumpulkan data atau informasi dengan pengumpulan dokumen dari pemerintah desa Jatinaraga

Teknik analisis data yang digunakan adalah model Miles dan Huberman (1984), terdapat tiga kegiatan analisis yaitu Reduksi Data, Data Display, dan Penarikan Kesimpulan/Verifikasi.

Penelitian ini menerapkan desain deskriptif karena dalam penelitian ini menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau uraian dari objek penelitian. Penelitian dengan desain

deskriptif yang paling sederhana menyangkut suatu pertanyaan yang menanyakan suatu hal mengenai pokok permasalahan tertentu seperti besarnya, prosesnya, distribusinya, bentuknya dan sebagainya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena dari sudut atau perspektif partisipan. Partisipan adalah orang-orang yang diajak berwawancara, observasi, diminta memberikan data berdasarkan persepsinya

Dengan metode deskriptif kualitatif ini akan diperoleh pemahaman dari penafsiran maupun realitas mengenai fakta yang ada. Peneliti sendiri akan mendeskripsikan, menguraikan, dan menggambarkan data yang diperoleh dari pengusaha keripik singkong mengenai kelangsungan usahanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Perusahaan Industri Rumahan Di Desa Jatinagara Tahun 2021

No	Jenis Usaha	Nama Pemilik	Jumlah Tenaga Kerja	Alamat
1.	Bolu	Engkar	1	Dsn. Wetan Rt/Rw 18/05
2.	Pembuat Keripik	Jenal	1	Dsn. Kulon Rt/Rw 18/05
3.	Kue/Snack	Rohimat	4	Dsn. Kulon rt/rw 08/02
4.	Mie Salang	Surli	1	Dsn. Kulon rt/rw 09/02
5.	Pembuat Bahan Bakso	Engkur	1	Dsn. Cibadak rt/rw 15/04
6.	Pembuat Keripik Singkong	Uum	2	Dsn. Cibadak rt/rwrt/rw 15/04
7.	Kue	Rosdiana	2	Dsn. Cibadak rt/rwrt/rw 14/04
8.	Kerupuk Dan Tempe	Nyoto	4	Dsn. Wetan rt/rw 20/05
9.	Comring	Emo	2	Dsn. Wetan rt/rw 23/06
10.	Kupat	Tardi	2	Dsn. Wetan rt/rw 20/05
11.	Bahan-Bahan Kue	Mala	1	Dsn. Wetan rt/rw 22/06
12.	Bahan-Bahan Kue	Wawan	2	Dsn. Wetan rt/rw 22/06
13.	Catering	Wawan/Ani	2	Dsn. Wetan

No	Jenis Usaha	Nama Pemilik	Jumlah Tenaga Kerja	Alamat
				rt/rw 22/06
14.	Cireng	Solihin/Iciah	2	Dsn. Wetan rt/rw 18/05
15.	Kue/Makanan Ringan	Asep Saehudin/Nopi	2	Dsn. Wetan rt/rw 21/06
16.	Seroja	Idi/Aah	2	Dsn. Wetan rt/rw 21/06
17.	Kue Bolu	Didin/Nining	1	Dsn. Wetan rt/rw 21/06
18.	Pembuat Kaset	Omah	1	Dsn. Karang Sari rt/rw 29/08
19.	Pembuat Kaset	Iis	1	Dsn. Karang Sari rt/rw 29/08
20.	Pembuat Kaset	Engkar	1	Dsn. Karang Sari rt/rw 26/07
21.	Keripik	Saepuloh	1	Dsn. Karang Sari rt/rw 27/07
22.	Comring	Aripin	2	Dsn. Cikande rt/rw 33/09
23.	Kue	Anah	2	Dsn. Cikande rt/rw 33/09
24.	Emping Melinjo	Ida Kemida/Anda	2	Dsn. Cikande rt/rw 33/09
25.	Pembuat Tas	Een	1	Dsn. Cikande rt/rw 33/09
26.	Pembuat Tahu	Cece	2	Dsn. Cikande rt/rw 36/10
27.	Penjahit Pakaian	Anda	1	Dsn. Cikande rt/rw 37/10
28.	Anyaman	Aja	2	Dsn. Cikande rt/rw 37/10
29.	Anyaman	Sadili	2	Dsn. Cikande rt/rw 37/10
30.	Anyaman	Holil	2	Dsn. Cikande rt/rw 37/10
31.	Anyaman	Warman	2	Dsn. Cikande rt/rw 37/10
32.	Anyaman	Yadi	2	Dsn. Cikande rt/rw 33/09
33.	Anyaman	Muslih	2	Dsn. Cikande rt/rw 34/09

Pada hari Senin, 18 Oktober 2021 mahasiswa FISIP melaksanakan kunjungan ke UMKM Keripik Singkong yang berada di Dusun Karang Sari Desa Jatinagara. Kunjungan ini adalah bagian dari praktek pemerintahan periode tahun 2021 untuk

mengenalkan dunia kewirausahaan kepada para mahasiswa. Kegiatan tersebut dilakukan ke pabrik keripik singkong yang dimiliki oleh bapak Holik. Kedatangan Mahasiswa disambut baik dan ramah oleh pemilik Umkm Keripik Singkong. Setelah itu mahasiswa mewawancarai dan mengumpulkan data dari sejarah berdirinya usaha sampai ke proses pembuatan dan pemasaran. Dari

Pernyataan Pa Holik selaku pemilik UMKM Keripik, Kewirausahaan UMKM tersebut baru berjalan kurang dari 1 tahun, tetapi sudah banyak diketahui oleh masyarakat. Keripik nya dijual mulai dari harga 5 ribu sampai 15ribu untuk yang 1/2kg. Varian keripik nya bermacam-macam ada yang varian balado, pedas, jagung, rumput laut dan bawang. Menurut pa Holik sendiri untuk varian rasa mau ditambah dengan rasa olahan yang dibuat sendiri, sehingga dengan begitu ada ciri khas dari produk tersebut, mulai dari keripik nya yang sangat tipis berbeda dari keripik yang lain, kemudian diakhir Kegiatan Mahasiswa menutup dengan kegiatan dokumentasi.

Keripik singkong merupakan jenis makanan yang sudah tidak asing lagi bagi kita. Rasa yang enak menjadikan keripik ini sebagai produk yang disukai semua lapisan masyarakat. Keripik juga merupakan makanan tradisional berbahan dasar Singkong. Mahasiswa praktek Ilmu Pemerintahan dari FISIP UNIGAL Ciamis melihat dan mempelajari secara langsung proses pembuatan keripik yang terletak di Dusun Karangsari Desa Jatinagara. Tujuan dari kegiatan praktek ini agar mahasiswa mengetahui proses pembuatan dari awal sampai keripik itu jadi dan siap di kirim ke pemasaran.

Pa Holik adalah pemilik dari UMKM tersebut, yang dikelola bersama istrinya. Pemasaran dari produknya masih disekitar wilayahnya, namun sudah diminati banyak pelanggan sehingga pelanggan datang dengan sendirinya. UMKM tersebut baru berjalan kurang dari 1 tahun, namun sudah banyak diketahui oleh masyarakat.

Keripik nya dijual mulai dari harga 5ribu sampai 15ribu untuk yang 1/2kg. Varian keripik nya bermacam-macam ada yang varian balado, pedas, jagung, rumput laut dan bawang. Menurut pa Olik sendiri untuk varian rasa mau ditambah

dengan rasa olahan yang dibuat sendiri, sehingga dengan begitu ada ciri khas dari produk tersebut, mulai dari keripik nya yang sangat tipis berbeda dari keripik yang lain.

Aspek Pasar Dan Pemasaran

Jika untuk menilai apakah perusahaan yang akan melakukan investasi ditinjau dari segi aspek pasar dan pemasaran memiliki peluang pasar yang diinginkan atau tidak. Kata lainnya yaitu melihat seberapa besar potensi pasar untuk produk yang ditawarkan dan seberapa besar market share yang dikuasai oleh pesaing desa ini.

Kemudian bagaimana strategi pemasaran yang akan dijalankan untuk menangkap peluang yang ada. Pada hal ini untuk menentukan besarnya pasar nyata dan pasar potensial yang ada perlu dilakukan riset pasar, baik terjun langsung kelapangan maupun mengumpulkan data dari berbagai sumber. Kemudian setelah diketahui pasar nyata dan pasar potensial yang ada barulah disusun strategi pemasarannya.¹⁷ Inti dari aspek pasar dan pemasaran adalah untuk mengetahui berapa besar pasar yang akan dimasuki dan peluang pasar yang ada, prospek pasar dimasa depan dan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan.

Adapun fokus penelitian pada aspek dan pemasaran yaitu sebagai berikut: 1) Permintaan Pasar, Permintaan pasar artinya melihat seberapa besar kecilnya minat konsumen terhadap suatu barang yang diproduksi. 2) Segmentasi Pasar, Segmentasi pasar merupakan suatu kegiatan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli. 3) Harga, Harga adalah nilai dari suatu barang yang ditawarkan kepada konsumen. 4) Promosi, Promosi merupakan langkah mengenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. 5) Tempat, Tempat merupakan letak dimana hasil dari produksi tersebut dijual dan dipasarkan.

Aspek Keuangan

Penelitian pada aspek aspek ini dilakukan untuk menilai biaya-biaya apa saja yang akan dihitung dan seberapa besar biaya-biaya yang akan dikeluarkan. Kemudian juga untuk meneliti

seberapa besar pendapatan yang akan diterima jika proyek itu dijalankan. Penelitian ini meliputi seberapa lama investasi yang ditanamkan akan kembali.¹⁸ Sebelum mengetahui layak atau tidak layak bisnis pada aspek keuangan maka perlunya mengetahui biaya tetap dan biaya variabel dalam perusahaan tersebut.

Pengeluaran biaya. Pengeluaran biaya artinya mengetahui biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan oleh pemilik usaha untuk menjalankan usaha atau bisnisnya. Hal tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. **Biaya Tetap**

Biaya tetap merupakan Biaya yang tetap sama, terlepas dari volume yang dihasilkan, dikenal sebagai biaya tetap. Biaya ini bersifat pasti yakni mempunyai nilai yang tidak berubah.

2. **Biaya Variabel**

Biaya variabel merupakan biaya yang berubah dengan perubahan hasil diperhitungkan sebagai biaya variabel.

3. **Analisis Pendapatan**

Pendapatan merupakan total nilai dari produk yang dijual dalam jangka waktu tertentu dikali dengan harga jual yang diukur dalam bentuk nilai rupiah (Rp).

4. **Analisis Keuntungan**

Analisis keuntungan merupakan pengurangan dari total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan oleh industry atau perusahaan.

Aspek Teknis dan Teknologi

Fokus penelitian pada aspek teknis dan teknologi yaitu sebagai berikut: 1) Lokasi Produksi, Lokasi produksi merupakan tempat atau daerah dimana produksi itu dijalankan. 2) Luas Produksi, Luas produksi merupakan kegiatan mengolah besar kecilnya bahan baku dalam satu bulannya dalam memproduksi barang maupun jasa. 3) Tata Letak, Tata letak merupakan desain tempat yang digunakan dalam proses produksi suatu barang atau jasa. 4) Perolehan Bahan Baku, Perolehan bahan baku merupakan langkah yang ditempuh seorang pemilik usaha dalam mendapatkan bahan baku. 5) Penentuan Bahan Baku dan teknologi, Penentuan bahan baku merupakan pemilihan bahan baku yang berkualitas dengan tujuan untuk memproduksi

barang maupun jasa dengan mutu dan kualitas yang terbaik dengan menggunakan teknologi atau alat yang terbilang cukup baik. 6) Proses produksi, Proses produksi merupakan kegiatan yang mengkombinasikan factor-faktor produksi yang ada untuk menghasilkan suatu produk, baik berupa barang atau jasa yang dapat diambil nilai lebihnya atau manfaatnya oleh konsumen.

Aspek Sumber Daya Manusia

Tenaga kerja merupakan bagian dari keseluruhan proses produksi yang menjalankan setiap tahapan produksi, menentukan tenaga kerja tidak hanya dibutuhkan keterampilan yang tinggi dan khusus tetapi juga ketelitian dan kedisiplinan. Sedangkan jumlah tenaga kerja harus ditentukan agar tidak berlebih maupun berkurang.

1). **Jumlah Karyawan Yang Dibutuhkan**

Dalam proses produksi perusahaan sangat membutuhkan tenaga kerja yang dapat membantu kegiatan aktivitas dalam perusahaan tersebut. Kebutuhan jumlah tenaga kerja dapat dilihat besar kecilnya perusahaan tersebut. Untuk karyawan pada UMKM pembuatan keripik singkong ini dikelola oleh pasangan Suami Istri dari mulai pengolahan sampai Pemasaran.

Hambatan

Hambatan atau kendala dalam observasi di lapangan yang ditemui yaitu kurangnya minat Dan pengetahuan tentang NIB oleh pelaku usaha, dan tidak semua pelaku UMKM di Desa Jatnagara aktif nanya sebagian saja, sehingga para peneliti nanya melakukan observasi kepada pelaku UMKM yang masih aktif atau produksinya ber jalan.

KESIMPULAN

Ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran pada usaha keripik singkong yang dilakukan oleh pelaku UMKM dinyatakan layak untuk dijalankan. Hal ini dilihat dari pangsa pasar yang besar. Dimana produk tersebut dapat dinikmati oleh semua kalangan, banyaknya permintaan, harga yang terjangkau serta kualitas dan mutu yang terjaga baik. Ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran maka usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM menguntungkan dan layak untuk

dilaksanakan.

Ditinjau dari aspek teknologi pada usaha keripik singkong yang dilakukan oleh pelaku UMKM dinyatakan layak untuk dijalankan. Hal ini dilihat dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, lokasi yang strategis, dan meski menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksi namun produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianita, Eva, Pengaruh Produksi Terhadap Pendapatan Usaha Aneka Keripik di Kabupaten Aceh Barat Daya, Skripsi (Universitas Teuku Umar Meulaboh, Aceh Barat 2014).
- Adi Yuniarta, Gede, Ni Luh Gede Erni Sulindawati, I Gusti Ayu Purnamawanti, Kewirausahaan Dan Aspek-Aspek Studi Kelayakan Usaha, Graha Ilmu: Yogyakarta, 2015.
- A, Yuyun, 30 Resep Peluang Usaha Snack Kering Dalam Kemasan, penerbit PT Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI, Jakarta, November 2010.
- Busro, Muhammad, Studi Kelayakan Bisnis, Ed. Pertama, Cet. Pertama, Yogyakarta: Expert, 2017
- Burhan Mungin, M, Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi Pertama, Kencana, Jakarta 2005.
- Tisnawati, Ernie, Kurniawan Saefullah, Pengantar Manajemen, Edisi 1, Cet. 1, Jakarta: Kencana 2005.
- Hamidah, Mutmaini, Abdul Hamid A. Yusra, dan Jajat Sudrajat, Analisis Nilai Tambah Agroindustri Keripik ubi di kota Pontianak, Jurnal Social Economic of Agriculture, Volume 4, Nomor 2 Desember 2015.