



BISMA
Business and Management Journal

Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Keripik Singkong (Studi Kasus Usaha Keripik Singkong S3 di Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)

Defta Nasya Berliani¹, Muhammad Taufik Abadi²

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia^{1,2}

deftanasyaberliani@mhs.uingsudur.ac.id¹, muhhammad.taufiq.abadi@uingsudur.ac.id²

Diserahkan tanggal 4 April 2023 | Diterima tanggal 25 Juni 2023 | Diterbitkan tanggal 31 Juni 2023

Abstract:

The industrial sector has an important role in improving the community's economic wheel. One of the food industries that can be developed and last a long time is the cassava chips business. Cassava chips are one of the snacks/snacks that are favored by all walks of life. This study aims to determine the business feasibility of cassava chips business. The author uses qualitative methods in analyzing market/marketing aspects, HR (Human Resources) aspects, socio-economic aspects and environmental aspects. This research was conducted in 20-23 March 2023 at the S3 Cassava Chips Business located in Bulakpelem Village, Sragi District, Pekalongan Regency. The results showed that the business prospects in the snack food sector, namely the S3 Cassava Chips Business, were very good because of market demand every month. The marketing mix strategy is also very good. Production is carried out continuously for 6 days and is only closed on Sundays. There are quite a lot of human resources in this business, namely around 13 people so that it can be said to be able to develop and have long business prospects. This business also helps the community's economy and the waste produced does not harm the surrounding environment.

Keywords: Feasibility, Industry, and Cassava Chips

Abstrak :

Sektor industri mempunyai peran penting dalam peningkatan roda ekonomi masyarakat. Salah satu industri makanan yang dapat dikembangkan dan bertahan lama adalah usaha keripik singkong. Keripik singkong merupakan salah satu makanan ringan/snack yang digemari oleh semua kalangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan bisnis dari usaha Keripik Singkong. Penulis menggunakan metode kualitatif dalam menganalisis aspek aspek pasar/aspek pemasaran, aspek SDM (Sumber Daya Manusia), aspek sosial ekonomi dan aspek lingkungan. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 20-23 Maret 2023 di Usaha Keripik Singkong S3 yang berlokasi di Desa Bulakpelem Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prospek usaha/bisnis dibidang makanan ringan yaitu Usaha Keripik Singkong S3 sangat baik karena adanya permintaan pasar pada setiap bulannya. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan juga sangat baik. Produksi dilakukan secara terus menerus selama 6 hari dan hanya libur pada hari Minggu. SDM dalam usaha ini cukup banyak yaitu sekitar 13 orang sehingga bisa dikatakan mampu berkembang dan mempunyai prospek usaha yang panjang. Usaha ini juga turut membantu perekonomian masyarakat dan limbah yang dihasilkan tidak merugikan lingkungan sekitar.

Kata Kunci: Kelayakan, Industri, dan Keripik Singkong

Copyright © 2023, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak kekayaan alam serta lahan pertanian yang luas. Lahan pertanian di Indonesia cocok ditanami segala jenis tanaman sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara agraris (Harahap et al., 2021). Pertanian termasuk dalam sektor utama Indonesia yang menjadi andalan dalam perekonomian nasional. Hal ini dikarenakan sebagian besar penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani (Puspapratwi & Monggesang, 2020). Selain sektor pertanian, sektor industri juga mempunyai peran penting dalam peningkatan roda ekonomi masyarakat. Usaha bidang industri pertanian dapat dilakukan secara tepat dengan cara penyediaan bahan baku dari hasil pengolahan pertanian, penyediaan kualitas bibit unggul dan peningkatan usaha industri rumah tangga mandiri.

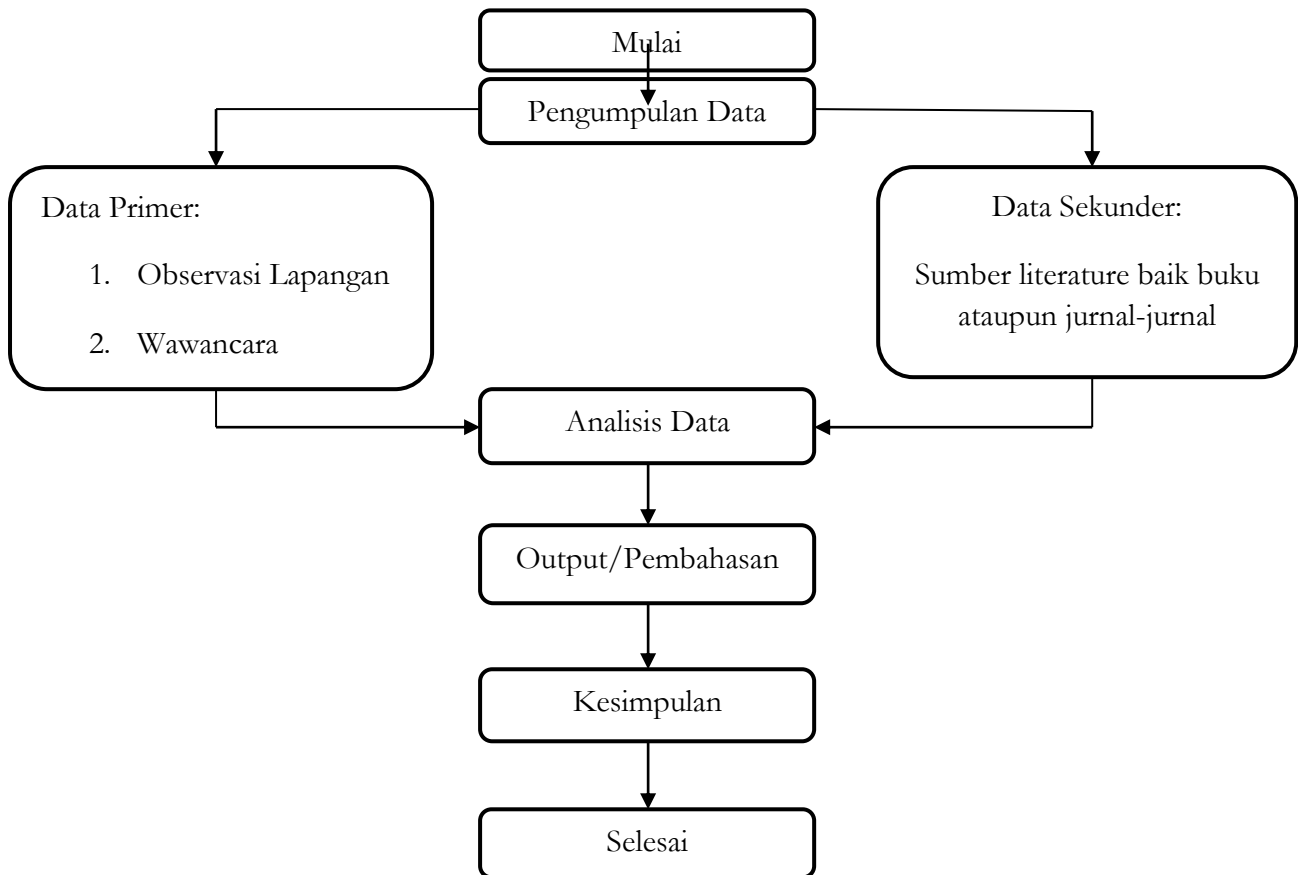
Perkembangan sebuah industri bisa dilakukan dengan cara terbukanya lapangan pekerjaan yang layak dan mampu memberikan keuntungan bagi industri untuk mengolah hasil pertanian dalam menunjang produktifitas pengolahan produk makanan. Proses produk makanan dapat dikembangkan dalam sebuah usaha industri berupa pengolahan singkong menjadi keripik singkong yang mampu bertahan lama untuk dikembangkan sebagai usaha rumah tangga seperti di Desa Bulakpelem Kecamatan Sragi. Keripik singkong ini merupakan olahan makanan khas dari Indonesia yang disukai banyak orang sebagai cemilan disetiap momen kebersamaan (Hutasuhut, 2022). Selain itu, keripik juga menjadi salah satu panganan merakyat yang ada di Indonesia, yang telah menjadi tren dari dulu sampai sekarang adalah kripik singkong. Tidak sulit untuk menemukan kripik singkong dari yang dibuat kemasan oleh pabrik besar bahkan yang dipasarkan di warung-warung kecil. Biasanya keripik singkong dijual dalam berbagai varian rasa, baik itu yang asin, gurih, manis, maupun pedas (Tamburaka et al., 2022).

Singkong tergolong tanaman yang paling banyak memiliki nilai produksi dan harga ekonomis bagi masyarakat. Selain itu, singkong dapat dijadikan sebagai makanan cemilan pengganti makanan pokok dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat, dikarenakan singkong tergolong tanaman umbi-umbian yang tumbuh pada daerah tropik serta sebagai sumber kalori pangan yang murah di dunia. Musim peceklik, tanaman singkong merupakan tanaman yang tahan terhadap kekurangan air serta mampu menghasilkan jumlah produksi yang tinggi pada lahan kritis sehingga tanaman singkong memberikan manfaat bagi masyarakat untuk dikonsumsi dan dipasarkan (Kiptiah et al., 2020).

Oleh karena itu, usaha keripik singkong mempunyai peluang yang besar untuk dikembangkan dan bisa bertahan lama karena digemari oleh masyarakat mulai dari anak-anak hingga orang tua, baik kalangan atas maupun kalangan bawah (Rahmayanti & Howara, 2019). Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Keripik Singkong (Studi Kasus Usaha Keripik Singkong S3 Di Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan)".

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dalam menganalisis aspek pasar/aspek pemasaran, aspek SDM (Sumber Daya Manusia) dan aspek ekonomi. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 20-23 Maret 2023. Populasi dalam penelitian ini adalah Usaha Keripik Singkong yang ada di Kabupaten Pekalongan, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Usaha Keripik Singkong S3 yang berlokasi di Desa Bulakpelem Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan. Pengambilan data dilakukan dengan observasi dan wawancara pemilik Usaha Keripik Singkong S3 yaitu Bapak Adi Yusuf. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung ke lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literature seperti buku, jurnal-jurnal, disertasi, dan sebagainya yang terkait dengan permasalahan penelitian. Secara garis besar, alur penelitian yang akan dilakukan dari awal sampai akhir adalah pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1 Bagan Alur Metode Penelitian

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Usaha Keripik Singkong S3 merupakan salah satu UMKM yang berada di Desa Bulakpelem Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan. Usaha ini berdiri sejak tahun 2012 dan masih berkembang sampai sekarang. Produk yang dihasilkan adalah keripik singkong rasa balado dan jagung manis. Usaha ini memberikan kontribusi pada penyerapan tenaga kerja, memiliki peran dalam pemerataan pendapatan dan wadah sosial ekonomi masyarakat. Terbukti dengan banyaknya pekerja di usaha Keripik Singkong S3 yang berjumlah sekitar 13 karyawan. Dalam seminggu, usaha ini melakukan produksi selama 6 hari kerja. Berikut ini adalah hasil produksi keripik singkong S3 dalam sehari, sebagaimana table 1 berikut.

Tabel 1 Hasil produksi keripik singkong S3 dalam sehari

Produksi per Hari	Jumlah Produk Dihasilkan	
	Ukuran Sedang (169 gram)	Ukuran Kecil (68 gram)
1 kwintal	279 pcs	800 pcs atau 80 bal

Analisis Kelayakan terhadap Aspek Pasar dan Pemasaran

Analisis SWOT

Analisis SWOT menjadi salah satu alat bantu untuk memperbesar kapabilitas dan mengetahui ketidak efisienan antara sumber daya perusahaan, kesempatan pasar, dan ancaman

eksternal agar masa depan bisa menjadi lebih baik lagi. Selain itu, analisis SWOT juga digunakan untuk menganalisis situasi tertentu dan dikelompokkan ke dalam persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) serta persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Berikut ini adalah analisis SWOT dari usaha keripik singkong S3, sebagaimana table 2 berikut.

Tabel 2 Analisis SWOT

	Kekuatan (Strength-S)	Kelemahan (Weaknesses-W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku (singkong) mudah didapat 2. Proses produksi sangat mudah 3. Harga produk yang terjangkau 4. Produk berkualitas 5. Proses pemasaran keripik singkong yang lebih mudah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan produk yang kurang menarik karena masih menggunakan plastik biasa 2. Varian rasa keripik singkong masih kurang karena hanya ada 2 varian yaitu balado dan jagung manis 3. Harga bahan baku seperti minyak goreng yang terkadang naik
Peluang (Opportunity-O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya media sosial menjadi sarana pemasaran 2. Minat masyarakat pada produk keripik singkong tinggi 3. Produk keripik singkong bersifat tahan lama 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku keripik singkong S3 menjadi faktor yang sangat penting 2. Pemasaran keripik singkong S3 harus lebih dikembangkan dengan memanfaatkan sosial media dan marketplace 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan usaha keripik singkong S3 dengan menggunakan strategi yang baik untuk membuat usaha lebih berkembang, misalnya dalam penentuan harga produk ketika harga bahan baku naik
Ancaman (Threats-T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya pesaing yang semakin banyak 2. Banyak pilihan cemilan lain di pasaran yang bisa menggantikan keripik singkong 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya peluang untuk memasarkan keripik singkong S3 dengan menggunakan media sosial sebagai media pemasarannya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaku usaha harus memiliki motivasi untuk melakukan inovasi produk baik itu dari varian rasa ataupun kemasan produknya

Analisis Minat Konsumen

Permintaan pasar produk keripik singkong akan selalu ada karena rata-rata masyarakat suka mengonsumsi makanan ringan/snack seperti keripik singkong. Terlebih lagi jika ada hari raya dan musim orang hajatan, permintaan pasti tentu sangat tinggi. Minat konsumen dapat dilihat dari penilaian para konsumen mengenai rasa keripik, harga, tekstur keripik, bentuk keripik, ukuran kemasan, dan label kemasan. Dalam usaha Keripik Singkong S3, minat konsumen bisa dilihat dari banyaknya produksi yang dilakukan. Dalam sehari usaha ini bisa memproduksi keripik singkong sampai 1 kwintal. Keripik 1 kwintal jika dikemas dengan plastik ukuran sedang (169 gram) bisa

mencapai sekitar 297 bungkus keripik, sedangkan jika dikemas menggunakan plastik ukuran kecil (68 gram) menjadi sekitar 80 bal (1 bal isi 10 bungkus keripik). Usaha keripik singkong ini melakukan produksi selama 6 hari. Selain itu berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, hasil penjualan yang diperoleh jarang dilakukan pencatatan, akan tetapi keuntungan bersih yang didapatkan dari penjualan keripik singkong sekitar Rp. 6.500.000, - dalam seminggu. Maka dengan melihat besarnya jumlah produksi dan keuntungan yang diperoleh, minat konsumen akan produk keripik singkong termasuk tinggi.

Analisis Pesaing

Pesaing Usaha Keripik Singkong S3 di daerah Pekalongan adalah Usaha Keripik Singkong Abadi, Usaha Keripik Singkong Jaya, dan Keripik Singkong HR. Ketiga usaha tersebut sama-sama menjalankan bisnis/usaha dalam bidang makanan ringan (cemilan). Varian produk yang ditawarkan juga memiliki kesamaan, yaitu keripik singkong rasa balado dan jagung manis. Akan tetapi, setiap usaha memiliki cita rasa tersendiri yang khas meskipun sama-sama keripik singkong balado. Untuk keripik singkong S3, varian balado memiliki cita rasa yang pedas, asin, dan manis. Selain itu, varian balado ini juga tidak menyengat sampai membuat batuk para konsumen. Pesaing terberat dari usaha ini adalah Usaha Keripik Singkong Abadi. Hal ini disebabkan oleh tempat produksi usaha berada dalam satu desa dan brand keripik singkong tersebut juga sudah tidak asing di masyarakat sekitar khususnya Pekalongan.

Analisis Segmentasi, Target Pasar, dan Posisi Pasar (STP)

a. Segmentasi

Usaha keripik singkong S3 lebih mengutamakan pemasaran di daerah Pemalang karena melihat peluang dan pesaing yang ada. Untuk daerah Pekalongan sendiri sebagian besar sudah dikuasai oleh Keripik Singkong Abadi. Sehingga pemasaran yang dilakukan di wilayah Pekalongan hanya di beberapa tempat dan dilakukan oleh para reseller saja.

b. Target Pasar

Target pasar dari usaha keripik singkong S3 adalah semua umur dan semua kelompok masyarakat dari yang menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Hal ini dikarenakan harga keripik singkong yang ditawarkan terjangkau dan ramah di kantong sehingga cocok untuk semua kalangan.

c. Posisi Pasar

Usaha keripik singkong S3 tentunya memiliki keunggulan dibandingkan dengan usaha keripik lain baik dari pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain. Dalam pelayanan, usaha ini mempersilahkan para konsumen untuk datang ke rumah/tempat produksi jika ingin membeli keripik singkong secara langsung. Untuk para konsumen yang datang akan diberikan diskon jika membeli 3 produk keripik singkong, yaitu dengan harga Rp. 10.000,- dimana harga keripik singkong per produk adalah Rp. 3.500,- dengan berat 169 gram/bungkus. Selain itu, usaha ini juga membuat produk ukuran kecil dimana 1 pak berisi 10 bungkus dengan harga Rp. 15.000,-. Untuk ukuran kecil ini sekitar 68 gram/bungkus, biasanya dititipkan di warung-warung dan mereka menjual dengan harga Rp. 2.000, -. Label keripik singkong ini juga sudah dicetak langsung di plastiknya untuk produk yang ukuran sedang, akan tetapi untuk ukuran yang kecil masih menggunakan label kertas. Kemudian mengenai kualitas produk, usaha keripik singkong S3 selalu menggunakan bahan baku yang berkualitas. Produksi keripik singkong dilakukan secara terus menerus hingga 6 hari kerja dalam seminggu sehingga bahan baku yang digunakan pastinya baru bukan bahan baku lama. Selain itu keripik singkong S3 juga berusaha

meningkatkan quality control, berinovasi dalam pengemasan dan varian rasa produk untuk menjaga kualitas dalam bersaing dengan kompetitor lainnya.

Analisis Bauran Pemasaran

a. Produk Barang/Jasa

Bentuk usaha yang dijalankan adalah industri rumah tangga yang secara tidak langsung mampu membantu perekonomian masyarakat sekitar dengan mempekerjakan mereka. Produk yang dibuat adalah keripik singkong dengan rasa jagung manis dan balado. Produk dikemas menggunakan plastik. Usaha ini mempunyai 2 jenis kemasan produk yaitu ukuran sedang dengan 169 gram/bungkus dan ukuran kecil dengan 68 gram/bungkus. Produk biasanya di pasar, toko-toko, bahkan warung kecil terutama untuk produk yang ukuran kecil.

b. Nilai

1. Manfaat Produk Barang Untuk Masyarakat

Produk keripik singkong ini merupakan cemilan yang pas ketika berkumpul bersama keluarga, menemani saat menonton televisi/film, dan lain-lain. Manfaat keripik singkong yang mungkin masyarakat belum tau, diantaranya keripik singkong merupakan sumber serat, sumber karbohidrat, protein tinggi, vitamin K, vitamin B kompleks, mineral penting dan melancarkan pencernaan. Namun yang paling penting adalah keripik singkong ini bisa mengganjal lapar dan mempererat hubungan dengan keluarga/saudara karena cocok untuk cemilan ketika berkumpul bersama. Keripik singkong juga biasa dijadikan sebagai produk oleh-oleh masyarakat ketika akan bepergian ke luar kota ataupun ke sanak saudara. Produk ini mempunyai harga yang terjangkau karena bahan baku yang digunakan sangat ekonomis. Kemudian pembuatan keripik singkong juga tergolong mudah dan tidak membutuhkan keahlian khusus.

2. Harga Jual

Usaha keripik singkong S3 menjual produknya dengan harga Rp. 3.500,- akan tetapi untuk keripik yang dititipkan di toko atau pasar dijual dengan harga Rp. 3.400,-. Harga jual ini biasanya tergantung dengan harga pasaran. Jika bahan baku naik seperti minyak goreng, maka harga produk juga akan dinaikkan dengan melihat harga di pasaran agar tidak terlalu tinggi ataupun terlalu rendah. Berdasarkan hasil wawancara, besarnya penjualan yang diperoleh jarang dilakukan pencatatan. Namun keuntungan bersih yang didapatkan usaha ini sekitar Rp.6.500.000,- dalam seminggu. Maka meskipun harga keripik singkong tergolong terjangkau, keuntungan masih bisa didapatkan oleh usaha ini.

3. Promosi

Promosi keripik singkong S3 dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan instagram. Selain itu juga adanya informasi dari mulut ke mulut oleh para konsumen sehingga produk keripik singkong ini diketahui banyak orang.

4. Distribusi

Usaha keripik singkong S3 mendistribusikan produknya ke toko-toko dan pasar. Selain itu, ada juga para reseller yang mengambil barang (keripik singkong) untuk dijual kembali. Selain lewat perantara tersebut, penjual juga menjual keripik singkong secara langsung kepada konsumen. Konsumen biasanya datang kerumah untuk memesan/membeli produk keripik singkong.

Analisis Kelayakan terhadap Aspek SDM (Sumber Daya Manusia)

Usaha Keripik Singkong S3 mempunyai 13 orang karyawan dan sebagian besar adalah masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan usaha keripik singkong secara tidak langsung membuka peluang pekerjaan khususnya untuk para ibu rumah tangga dan membantu perekonomian masyarakat sekitar tempat produksi. Berikut ini adalah analisis SDM pada usaha keripik singkong S3.

Tabel 3 Analisis SDM pada usaha keripik singkong S3

No	Bagian Pekerjaan	Jumlah Karyawan	Upah
1	Pengupasan singkong	4	Rp. 9.000,- / karung
2	Bagian Penggorengan, terdiri dari:		
	• Memotong singkong	1	Rp.100.000,- / hari
	• Menggoreng singkong	1	Rp.100.000,- / hari
	• Pembumbuan keripik	1	Rp.100.000,- / hari
3	Pembungkusan keripik	9	Rp100,- / bungkus

Keterangan: untuk bagian pembungkusan 3 diantaranya merupakan orang yang sama dari bagian pengupasan.

Dalam perekrutan, pemilik usaha lebih mengutamakan orang yang rajin dan memiliki jiwa semangat yang tinggi. Setelah direkrut, mereka akan dilatih dalam bagian pekerjaan yang mereka dapat. Berdasarkan tabel diatas, dapat dipahami bahwa ada tiga bagian pekerjaan dalam usaha ini, yaitu bagian pengupasan singkong, bagian penggorengan (ada yang memotong singkong, menggoreng, dan memberi bumbu pada keripik) dan bagian pembungkusan. Untuk bagian pengupasan singkong ada 4 karyawan dengan upah sekitar Rp.9.000/karung. Kemudian bagian penggorengan ada 3 karyawan dengan upah sekitar Rp.100.000/hari. Untuk yang terakhir ada bagian pembungkusan dengan 9 karyawan dan 3 diantaranya merupakan orang yang sama dari bagian pengupasan. Upah dari bagian pembungkusan ini adalah Rp100/bungkus keripik. Usaha keripik singkong S3 ini melakukan produksi selama 6 hari dan hanya libur pada hari minggu.

Analisis Kelayakan terhadap Aspek Sosial dan Ekonomi

Dalam aspek sosial dan ekonomi dinilai seberapa besar dampak yang diberikan usaha Keripik Singkong S3 terhadap sosial dan ekonomi masyarakat. Keberadaan usaha pengolahan Keripik Singkong S3 memberikan dampak yang positif bagi masyarakat sekitar tempat usaha. Jika ditinjau dari aspek sosial, selama usaha ini berjalan belum memberikan dampak apapun baik itu dari adanya perubahan demografi, kesehatan, budaya ataupun fasilitas masyarakat di lingkungan sekitar tempat usaha. Sedangkan jika ditinjau dari aspek ekonomi, usaha Keripik Singkong S3 mampu memberikan/menyediakan peluang pekerjaan untuk masyarakat sekitar khususnya untuk para ibu rumah tangga sehingga membantu meningkatkan pendapatan masyarakat. Usaha ini telah menyerap 13 pekerja dan didominasi oleh ibu rumah tangga sekitar 9 pekerja. Mereka bekerja dibagian pekerjaan pengupasan singkong dan pembungkusan keripik singkong.

Adanya penyerapan usaha yang dilakuakn oleh usaha Keripik Singkong S3 turut berupaya dalam membuka lapangan pekerjaan yang luas dan mengurangi tingkat pengangguran. Bagi masyarakat sekitar terutama ibu rumah tangga, adanya lapangan pekerjaan yang diberikan usaha Keripik Singkong S3 cukup membantu mereka untuk memperoleh tambahan pendapatan. Meskipun daya serap tenaga kerja masih sedikit, usaha tersebut diharapkan mampu menambah tenaga kerja dari lingkungan sekitar seiring dengan perkembangan usaha.

Analisis Kelayakan terhadap Aspek Lingkungan

Kegiatan usaha dalam proses produksi keripik singkong yang dijalankan oleh usaha Keripik Singkong S3 tidak memberikan dampak buruk bagi keadaan lingkungan sekitar tempat usaha. Limbah yang dihasilkan oleh usaha ini tidak berbahaya bagi lingkungan karena hanya berupa limbah rumah tangga seperti sampah organik dari sisa bahan baku yang digunakan dalam proses produksi dan juga air limbah dari pencucian singkong. Usaha Keripik Singkong S3 masih belum mempunyai tempat pembuangan air limbah. Air limbah dari usaha ini akan mengalir ke persawahan warga tanpa adanya bentuk pengolahan limbah. Namun hal ini tidak menjadi masalah karena limbah tersebut tidak mengganggu masyarakat dan tidak menyebabkan bau. Kemudian untuk limbah organik seperti kulit singkong, usaha Keripik Singkong S3 memberikan limbah tersebut kepada orang yang mempunyai peternakan seperti kambing. Oleh karena itu, limbah tersebut tidak akan berserakan di lingkungan sekitar sehingga usaha Keripik Singkong S3 dapat dikatakan layak.

SIMPULAN

Analisis pasar dan pemasaran menunjukkan bahwa prospek usaha/bisnis dibidang makanan ringan yaitu Usaha Keripik Singkong S3 sangat baik. Hal ini dilihat dari permintaan pasar akan makanan ringan ini yang selalu ada setiap bulannya terutama ketika ada hari raya/hajatan tanpa mengalami penurunan secara signifikan. Harga keripik singkong termasuk terjangkau untuk semua kalangan dan strategi bauran pemasaran yang dilakukan sangat baik. Produksi juga dilakukan secara terus menerus selama 6 hari dan hanya libur pada hari Minggu. SDM dalam usaha ini cukup banyak yaitu sekitar 13 orang sehingga bisa dikatakan mampu berkembang dan mempunyai prospek usaha yang panjang. Selain itu usaha ini turut ekonomi masyarakat sekitar dengan memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat khususnya para ibu rumah tangga. Berdasarkan aspek lingkungan, usaha Keripik Singkong S3 tidak merugikan masyarakat karena limbah yang dihasilkan tidak menyebabkan bau dan tidak berserakan di lingkungan sekitar.

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis bisa menambahkan aspek dalam menganalisis studi kelayakan bisnis, seperti aspek manajemen, aspek keuangan, aspek legalitas hukum, dan lain-lain. Selain itu, peneliti bisa lebih cermat dalam memilih sumber referensi seperti buku atau jurnal yang cocok untuk studi kelayakan bisnis yang sedang dikerjakan sesuai dengan karakter atau jenis bisnis yang sedang direncanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Harahap, S., Saleh, K., & Harahap, G. (2021). Strategi Pemasaran Keripik Singkong Cap Kelinci Industri Rumah Tangga di Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Pertanian (JIPERTA)*, 3(1), 45–55. <http://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jiperta>
- Hutasuhut, M. R. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Kripik Singkong Asoy Untuk Keberlanjutan Bisnis. *Seminar Nasional & Call For Paper Hubisintek*.
- Kiptiah, M., Nuryati, & Yasir, M. P. (2020). Analisis Nilai Tambah dan Kelayakan Usaha Keripik Singkong di UD. Sukma Desa Sumber Makmur Kabupaten Tanah Laut. *Jurnal Teknologi Agro-Industri*, 7(1), 12–21.
- Puspapratiwi, D., & Monggesang, G. C. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Keripik Singkong Di CV. Aulia Food Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai. *CELEBES Agricultural*, 1(1), 22–28. <https://doi.org/10.52045/jca.v1i1.20>
- Rahmayanti, & Howara, D. (2019). Analisis Pendapatan Dan Kelayakan Usaha Keripik Singkong Pada Industri “ Keripiker Pasundan .” *Jurnal Agrotekbis*, 7(5), 529–536.
- Tamburaka, I. P., Edwin, R. S., Rumbia, W. A., Fatmawati, & Rizal. (2022). Edukasi Pengolahan Keripik Singkong Dengan Berbagai Varian Rasa Di Pondok Pesantren Darul Mukhlisin Kota Kendari. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 366–372.