



Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kecil Penghasil Produk Keripik di Desa Sindangheula

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Ananda Fitriyani Hermawan Universitas Sultan Maulana hasanuddin Banten anandafitriyani245@gmail.com	ISSN: 2808-1307 Vol. 6, No. 2, Agustus 2026 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh
Alfina Rahma Putri Universitas Sultan Maulana hasanuddin Banten alfinarahma219@gmail.com	
Mutia Mawardah Universitas Sultan Maulana hasanuddin Banten mutiamawarda064@gmail.com	
Raden Mumammad Azzam Universitas Sultan Maulana hasanuddin Banten azzamraden728@gmail.com	
Muhammad Ni'mat Salsabilla Universitas Sultan Maulana hasanuddin Banten muhammadabil568@gmail.com	
Mohamad Imam Kamaludin Universitas Sultan Maulana hasanuddin Banten	

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi

Hermawan, A. F., Putri, A. R., Mawardah, M., Azzam, R. M., Salsabilla, M. N., & Kamaludin, M. I. (2026). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Kecil Penghasil Produk Keripik di Desa Sindangheula. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (2),2388-2394.

Abstrak

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi pedesaan melalui penciptaan lapangan kerja dan optimalisasi sumber daya lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi ekonomi, sistem penjualan, kendala, serta tantangan legalitas yang dihadapi pelaku usaha keripik di Desa Sindangheula, Kabupaten Serang. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya pergeseran mata pencaharian masyarakat dari sektor sapu lidi ke sektor pengolahan pangan musiman seperti keripik. Kelompok usia produktif mendominasi industri ini dengan pemanfaatan literasi digital yang cukup baik. Namun, pelaku usaha mikro seperti merek "Derebe Umi" masih menghadapi tantangan berupa lonjakan harga bahan baku, keterbatasan pemasaran digital akibat gagap teknologi, serta hambatan pemenuhan standarisasi produk untuk menembus ritel modern. Pemerintah desa telah memfasilitasi legalitas gratis guna meningkatkan kepercayaan konsumen. Dari sisi konsumen, produk keripik dinilai sangat ekonomis dan diminati pasar lokal.

Kata Kunci: UMKM, Keripik, Ekonomi Pedesaan, Legalitas Produk, Sindangheula.

Abstract

The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector plays a strategic role in rural economic development through job creation and optimization of local resources. This study aims to analyze the economic conditions, sales systems, constraints, and legal challenges faced by chip entrepreneurs in Sindangheula Village, Serang Regency. Using qualitative methods with a descriptive approach, data was collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The results indicate a shift in community livelihoods from the broomstick sector to seasonal food processing, such as chips. The productive age group dominates this industry, with a relatively good level of digital literacy. However, micro-enterprises like the "Derebe Umi" brand still face challenges such as rising raw material prices, limited digital marketing due to technological slackness, and obstacles to meeting product standards to penetrate modern retail. The village government has facilitated free legalization to increase consumer confidence. Consumers consider chip products to be very economical and in demand in the local market.

Keywords: MSMEs, Chips, Rural Economy, Product Legality, Sindangheula.

A. Pendahuluan

Pembangunan ekonomi merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Upaya peningkatan ekonomi tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah pusat, tetapi juga melibatkan pemerintah daerah dan masyarakat di tingkat desa. Dalam konteks pembangunan pedesaan, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumber daya lokal. Keberadaan UMKM juga menjadi salah satu strategi dalam mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan di wilayah pedesaan (Rini Andriani, 2026).

Perkembangan UMKM di Indonesia menunjukkan bahwa sektor usaha kecil memiliki daya tahan yang cukup kuat dalam menghadapi berbagai perubahan kondisi ekonomi. Usaha yang berbasis pada sumber daya lokal mampu menjadi alternatif penghasil bagi masyarakat, terutama di daerah pedesaan yang masih bergantung pada sektor pertanian. Pengolahan hasil pertanian menjadi produk yang memiliki nilai tambah menjadi salah satu bentuk pengembangan ekonomi kreatif yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Abrori Yanuar Ramadhan, 2023).

Desa Sindangheula merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pertanian yang cukup besar. Komoditas seperti pisang, singkong, dan ubi banyak dibudidayakan oleh masyarakat setempat. Selama bertahun-tahun, sebagian masyarakat menggantungkan perekonomiannya pada sektor pertanian dan industri rumah tangga tradisional. Namun, perkembangan kebutuhan ekonomi dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya nilai tambah produk mendorong munculnya usaha pengolahan hasil pertanian menjadi berbagai produk makanan ringan.

Usaha keripik menjadi salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang berkembang di daerah Sindangheula. Produk yang dihasilkan meliputi keripik pisang, keripik singkong, keripik tempe, basreng, makaroni, dan berbagai makanan ringan lainnya. Pengolahan hasil pertanian menjadi produk jadi memberikan nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan menjual bahan mentah secara langsung. Selain itu, usaha tersebut mampu membuka peluang kerja bagi anggota keluarga dan masyarakat sekitar (Wahyu Maulana, 2023).

Salah satu usaha yang berkembang di daerah tersebut adalah usaha keripik Derebe Umi. Usaha ini bermula dari pemanfaatan hasil panen keluarga yang tidak dapat dipasarkan secara langsung. Dengan mengolah hasil pertanian menjadi produk keripik, pelaku usaha mampu memperoleh pendapatan tambahan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Seiring berjalannya waktu, usaha tersebut mengalami perkembangan melalui diversifikasi produk, partisipasi dalam bazar, serta perluasan jaringan pemasaran ke koperasi pesantren dan warung-warung di sekitar wilayah Kabupaten Serang.

Dari sisi ekonomi, usaha penjualan keripik memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan rumah tangga. Kegiatan produksi dan penjualan yang dilakukan secara berkelanjutan mampu membantu pemenuhan kebutuhan sehari-hari serta meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga. Selain itu, usaha ini juga menunjukkan adanya peran perempuan dalam kegiatan ekonomi rumah tangga, di mana pelaku usaha tidak hanya berperan

sebagai ibu rumah tangga, tetapi juga sebagai pelaku ekonomi yang aktif (Endah Marendah Ratnaningtyasa, 2024).

Meskipun demikian, usaha penjualan keripik di daerah Sindangheula masih menghadapi berbagai tantangan. Ketersediaan bahan baku yang dipengaruhi musim panen menyebabkan produksi tidak selalu berjalan secara stabil. Selain itu, kenaikan harga bahan baku seperti minyak goreng dan kemasan plastik turut memengaruhi biaya produksi. Kondisi tersebut mengharuskan pelaku usaha melakukan berbagai strategi agar produk tetap dapat dijual dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah keterbatasan akses pemasaran. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode pemasaran konvensional melalui warung, koperasi, dan bazar. Kemampuan pemasaran digital yang masih rendah menyebabkan pemanfaatan media sosial dan platform perdagangan elektronik belum dilakukan secara optimal. Padahal, perkembangan teknologi informasi memberikan peluang yang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan (Muhammad Fazli, 2025).

Di samping itu, aspek legalitas produk juga menjadi tantangan tersendiri. Kepemilikan izin PIRT dan sertifikasi halal merupakan syarat penting untuk memasuki pasar modern. Namun, proses administrasi yang dianggap rumit menyebabkan sebagian pelaku usaha belum memiliki legalitas usaha yang lengkap. Akibatnya, jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

Pemerintah desa dan instansi terkait telah melakukan berbagai upaya dalam mendukung perkembangan UMKM melalui pelatihan, penyuluhan, pendampingan, serta fasilitasi perizinan dan sertifikasi produk. Program-program tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas akses pasar, dan mendorong keberlanjutan usaha masyarakat. Meskipun demikian, efektivitas program tersebut perlu dikaji lebih lanjut untuk mengetahui pengaruhnya terhadap perkembangan ekonomi pelaku usaha keripik (Nadhila Putri, 2025).

Berdasarkan berbagai fenomena tersebut, penelitian mengenai ekonomi penjualan keripik di daerah Sindangheula menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai kondisi ekonomi pelaku usaha, sistem penjualan yang diterapkan, faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penjualan, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah desa dan pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan usaha keripik di daerah Sindangheula.

B. Metodologi

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kondisi ekonomi penjualan keripik di daerah Sindangheula, termasuk proses produksi, sistem pemasaran, kendala yang dihadapi pelaku usaha, serta persepsi konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara sistematis berdasarkan fakta dan informasi yang diperoleh selama penelitian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Sindangheula, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Lokasi ini dipilih karena terdapat usaha pengolahan dan penjualan keripik yang berkembang di masyarakat serta memiliki potensi ekonomi yang cukup besar dalam sektor industri rumah tangga. Waktu penelitian dilaksanakan pada 3 juni 2026.

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pelaku usaha keripik di Desa Sindangheula. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mengetahui dan memahami permasalahan penelitian.

Adapun informan penelitian meliputi: Kepala Desa Sindangheula, Pemilik usaha keripik Derebe Umi, Konsumen atau pembeli produk keripik, Pihak terkait yang mendukung pengembangan UMKM, apabila diperlukan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kegiatan produksi, proses penjualan, serta aktivitas usaha keripik di lokasi penelitian. Melalui observasi, peneliti memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi usaha dan aktivitas ekonomi masyarakat.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, sistem penjualan, kendala usaha, peran pemerintah desa, serta tanggapan konsumen terhadap produk keripik.

3) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen, foto kegiatan, catatan usaha, serta data pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data hasil observasi dan wawancara.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

1) Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara dan observasi lapangan. Data ini meliputi informasi mengenai kegiatan produksi, pemasaran, pendapatan usaha, serta kendala yang dihadapi pelaku usaha.

2) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumen pemerintah, profil desa, serta literatur lain yang relevan dengan penelitian mengenai ekonomi masyarakat dan UMKM.

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan dengan Kepala Desa Sindanghela, pendapatan ekonomi masyarakat di wilayah penelitian tidak lagi bertumpu pada sektor sapu lidi yang selama ini menjadi komoditas unggulan utama. Warga mulai mencoba untuk membuka peluang baru yaitu usaha pada sektor pengolahan pangan, khususnya industri rumah tangga (PIRT) keripik pisang, singkong, dan bakso goreng (basreng). Tetapi demikian, terdapat perbedaan karakteristik manajemen produksi yang sangat terlihat diantara kedua sektor tersebut. Jika industri sapu lidi memiliki stabilitas produksi yang konsisten, industri keripik lokal cenderung bersifat musiman karena mereka akan mengikuti musim hasil panen mereka.

Ketergantungan terhadap bahan baku lokal menyebabkan para perajin keripik menerapkan sistem produksi adaptif; mereka hanya akan memproduksi secara massal ketika komoditas pisang atau singkong memasuki masa panen raya. Selain faktor alam, orientasi pasar dari UMKM keripik ini bersifat situasional, di mana produksi akan melonjak drastis berdasarkan pesanan khusus atau keikutsertaan dalam kegiatan pameran dagang (bazar). Pada sektor industri kreatif keripik ini didominasi oleh kelompok usia produktif (di bawah 40 tahun). Hal ini menjadi modal sosial (social capital) yang strategis karena kelompok usia muda memiliki literasi digital yang lebih baik, terbukti dengan pemanfaatan media sosial (seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp sebagai media promosi mandiri, dan juga mereka memanfaatkan platform penjualan online seperti shopee untuk meningkatkan angka penjualan.

Meskipun begitu, usaha ini memiliki beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku usaha maupun pihak desa. Kepala desa menyebutkan tantangan yang paling besar adalah mengajak warga untuk menjaga konsistensinya dalam menjalankan usaha ini. Selain itu tantangan yang lain yaitu seperti sulitnya penjual untuk mendapatkan legalitas produk. Untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut, pihak desa tidak hanya diam dan membiarkan begitu saja, akan tetapi pihak desa melakukan beberapa upaya untuk mendukung para pelaku usaha,

Karena usaha ini bergantung dengan hasil panen yang bersifat musiman, banyak masyarakat yang tidak konsisten dalam menjalani usaha. Mereka cenderung bergantung dengan hasil panen dan bahan baku lokal, sehingga jika tidak ada hasil panen dan bahan baku lokal mereka akan berhenti memproduksi untuk sementara waktu. Usaha pihak desa untuk menghadapi tantangan ini adalah dengan cara mengadakan penyuluhan untuk warga dengan berkolaborasi dengan pihak yang bersangkutan seperti Dinas Ketahanan Pangan. Dengan adanya penyuluhan tersebut Kepala Desa berharap adanya kemajuan dari pelaku usaha untuk lebih konsisten dengan usahanya.

Akses UMKM pedesaan menuju pasar yang lebih luas sering kali terbentur oleh standarisasi produk yang ketat. Temuan lapangan menunjukkan bahwa legalitas usaha, seperti Sertifikasi Halal dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan izin PIRT dari Dinas

Kesehatan, merupakan tantangan utama bagi produk lokal yang ingin naik kelas ke ekosistem ritel modern (seperti Indomaret dan Alfamart). Pelaku usaha yang telah memiliki kelayakan dokumen ini terbukti memiliki kemampuan menjalankan ekonomi yang lebih tinggi dan keberlanjutan usaha (business sustainability) yang lebih terjamin karena mampu menembus pasar swalayan.

Namun, proses pemenuhan standarisasi ini memicu adanya perbedaan perilaku di kalangan pelaku usaha. Di satu sisi, terdapat kelompok pelaku usaha yang rajin dan tekun yang menyadari bahwa hambatan administratif di awal akan memberikan keuntungan ekonomi yang berkelanjutan di masa depan. Di sisi lain, mayoritas pelaku UMKM tradisional masih terjebak dalam pola pikir instan dan enggan berhadapan dengan rumitnya tahapan administrasi perizinan. Akibatnya, bagi produk yang belum terstandarisasi, ruang edarnya menjadi sangat terbatas dan hanya mampu melakukan perputaran ekonomi di pasar skala kecil, seperti warung kelontong tradisional. Saat ini, desa tengah mengawal beberapa UMKM potensial untuk melewati fase uji lisensi dan pengemasan (packaging standard) agar dapat diintegrasikan secara penuh ke dalam jaringan ritel modern.

Untuk mengatasi kendala finansial pelaku UMKM, pemerintah desa mengambil peran penting sebagai fasilitator dan jembatan kebijakan (policy bridge). Strategi yang diterapkan oleh pihak desa adalah metode "jemput bola", yaitu menghubungkan program sertifikasi halal gratis dari pemerintah pusat langsung ke tingkat desa. Pemerintah desa secara aktif menghadirkan petugas pemeriksa halal ke kantor desa dan mengumpulkan para pelaku usaha pangan (baik makanan ringan maupun basah) untuk difasilitasi pemberkasannya.

Secara periodik (tiga bulan sekali), sosialisasi dan edukasi (war-war) berkala dilakukan oleh pihak desa yang memanfaatkan WhatsApp Group sebagai jalur komunikasi untuk mengingatkan serta mengajak masyarakat. Langkah ini sejalan dengan konsep pembangunan desa partisipatif, di mana pemerintah desa tidak hanya bertindak sebagai pengatur (regulator) tetapi juga sebagai penggerak ekonomi kreatif desa, dan memastikan seluruh komoditas pangan lokal mendapatkan pengakuan legalitas yang sah demi meningkatkan kepercayaan konsumen (consumer trust).

Usaha camilan bermerek "Derebe Umi" ini sudah berjalan cukup lama sejak tahun 2022. Ide awalnya muncul karena orang tua pemilik usaha adalah seorang petani yang sering memanen pisang, singkong, dan ubi. Ketika sang ayah sakit dan tidak ada yang menjual hasil panen ke pasar, mereka berinisiatif mengolahnya menjadi keripik untuk dikirim ke koperasi-koperasi pesantren di sekitar tempat tinggal mereka. Dari sana, usahanya mulai berkembang lancar hingga akhirnya mereka mulai rajin ikut berbagai pelatihan dan pameran (bazar). Produk yang dijual pun makin beragam, mulai dari basreng (bakso goreng), keripik tempe, makaroni, hingga ubi dan pisang coklat dengan berbagai varian rasa seperti green tea dan strawberry dan masih banyak lagi.

Semua proses produksi dikerjakan sendiri secara manual bersama saudara-saudaranya, mulai dari menyerut pisang hingga mengiris tempe tipis-tipis menggunakan pisau biasa. Pemerintah daerah melalui Dinkob sempat memberikan bantuan fasilitas berupa mesin pengering minyak (spinner) dan kompor. Meskipun modal usahanya terus berputar untuk belanja bahan baku dan kebutuhan dapur, keuntungan dari penjualan keripik ini dinilai sangat membantu keuangan keluarga. Pemilik mengaku senang memiliki penghasilan sendiri karena bisa memegang uang receh harian untuk membeli sayur atau gas tanpa harus selalu menunggu uang bulanan dari suami. Bahkan, dalam seminggu mereka bisa mendapatkan omset sekitar Rp1.200.000 dari penjualan di area provinsi (KP3B) serta memasok ke puluhan warung Madura dan koperasi pesantren.

Meski begitu, usaha ini tidak luput dari tantangan. Saat ini, kendala terbesar yang dihadapi adalah lonjakan harga bahan baku seperti minyak goreng dan plastik kemasan yang harganya naik hingga dua kali lipat. Karena target pasarnya di kampung sulit jika harga produk dinaikkan, pemilik menyiasatinya dengan cara mengurangi sedikit timbangan atau porsi isi kemasannya. Selain itu, mereka juga pernah mencoba memasukkan produk ke toko retail seperti Bersamamart hingga lolos kurasi Indomaret. Sayangnya, penjualan di tempat-tempat tersebut dirasa kurang efektif karena sistem pembayarannya yang lama, peminat yang sepi, serta harga jual yang dinaikkan terlalu tinggi oleh pihak toko dari harga asli Rp13.000 menjadi Rp17.000. Penjualan justru jauh lebih menguntungkan dan perputaran uangnya cepat saat mengikuti bazar kampus atau menitipkan langsung ke warung-warung.

Tantangan lain yang dirasakan adalah keterbatasan dalam pemasaran digital. Pemilik mengaku masih gagap teknologi (gaptek) dan lebih fokus pada penjualan konvensional dari warung ke warung. Walaupun pihak desa sudah pernah memberikan pelatihan digital

marketing seperti cara berjualan di TikTok dan Shopee, pemilik merasa pusing dan kewalahan jika harus mengurus pesanan online dari luar kota yang masuk lewat aplikasi ojek online. Harapan terbesar pemilik ke depannya adalah agar bisnisnya bisa semakin sukses, produknya makin dikenal luas, dan pasarnya terus melonjak, serta berharap ada orang lain atau anaknya nanti yang bisa bantu mengelola bagian pemasaran digitalnya.

Dalam penelusuran hasil dari pandangan pembeli terhadap produk cemilan keripik Derebe Umi, Harga Jual keripik Derebe Umi dari menjual keripik tersebut dengan harga Rp2.000 per bungkus. Menurut narasumber.

Narasumber juga bilang bahwa Pembeli produk keripik Derebe Umi ini cukup bervariasi (campuran), mencakup anak-anak maupun orang dewasa. Namun, narasumber juga menekankan bahwa mayoritas pembeli yang paling sering membeli adalah anak-anak. Penjualan keripik dinilai sangat lancar dan produk selalu habis terjual tanpa pernah mengalami kondisi tidak laku. Hal ini didukung oleh kuantitas pasokan yang memang tidak terlalu besar (sekitar 20 bungkus per minggu).

Persepsi Kualitas dan Masukan Produk menurut narasumber, ketika ditanya mengenai rasa keripik, memberikan penilaian yang jujur bahwa rasanya sangat enak, apalagi targetnya untuk anak-anak. Kemasan dan Harga. Menurut narasumber, kemasan keripik tersebut sudah cukup menarik. Selain itu, harga jual sebesar Rp2.000 dinilai sudah sangat terjangkau, tidak kemahalan, dan bernilai ekonomis (worth it) bagi konsumen.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan temuan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa perekonomian masyarakat Desa Sindangheula kini telah mengalami pergeseran yang cukup dinamis. Masyarakat tidak lagi sepenuhnya bergantung pada sektor sapu lidi sebagai komoditas utama, melainkan mulai beralih memanfaatkan potensi lokal melalui pengolahan pangan industri rumah tangga, khususnya produksi keripik dan basreng. Meskipun industri ini didominasi oleh kelompok usia produktif yang memiliki potensi modal sosial yang strategis, manajemen produksinya masih bersifat adaptif dan musiman karena sangat bergantung pada stabilitas panen bahan baku lokal.

Di sisi lain, pengembangan skala pasar UMKM di desa ini masih terbentur oleh dua kendala utama, yaitu keterbatasan dalam pemasaran digital akibat faktor gagap teknologi di kalangan pelaku usaha tradisional, serta hambatan administratif dalam memenuhi standarisasi produk seperti izin PIRT dan Sertifikasi Halal. Ketidaklengkapan legalitas ini menyebabkan ruang edar sebagian besar produk keripik menjadi terbatas dan hanya mampu berputar di pasar skala kecil seperti warung tradisional.

Saran

Melihat kondisi yang ada, ada beberapa hal yang bisa dilakukan agar usaha keripik di Desa Sindangheula bisa semakin maju ke depannya. Bagi para pemilik usaha keripik, sangat disarankan untuk mulai peduli dan mau mengurus surat izin usaha serta sertifikat halal. Meskipun awalnya terasa repot karena masalah administrasi, surat-surat ini sangat penting agar produk mereka bisa masuk ke toko-toko besar dan usahanya bisa bertahan lama. Lalu, untuk mengatasi masalah gagap teknologi, pemilik usaha yang sudah berumur bisa meminta bantuan kepada anak atau saudara mereka yang masih muda untuk membantu mengelola jualan secara *online* lewat media sosial atau aplikasi ojek *online*.

Bagi Pemerintah Desa Sindangheula, program bantuan yang sifatnya langsung mendatangi warga seperti yang sudah dilakukan harus terus dipertahankan. Pihak desa sebaiknya tidak hanya bekerja sama dengan Dinas Ketahanan Pangan saja, tetapi juga mulai mengajak Dinas Koperasi dan UMKM untuk memberikan pelatihan cara mengatur keuangan usaha. Pelatihan ini penting agar para perajin keripik tahu cara menghitung keuntungan yang pas dan tidak rugi ketika harga bahan baku seperti minyak goreng dan plastik tiba-tiba naik di pasaran.

E. Referensi

- Abrori Yanuar Ramadhan, A. H. (2023). Mplementasi Digital Marketing Pada Umkm Keripik Pisang. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(1).
- Endah Marendah Ratnaningtyasa, W. S. (2024). Strategi Pemasaran Produk Dalam Menghadapi Tantangan Pemasaran Digital (Studi Kasus Pada Umkm Keripik Belut Citra Rasa). *Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(5).
- Muhammad Fazli, C. R. (2025). Analisis Peran Usaha Kecil Menengah (Umkm) Keripik Cabe

- Mbak Yah Meningkatkan Perekonomian. *Jurnal Bisnis Kompetif*, 4(3).
- Nadhila Putri, A. H. (2025). Peningkatan Pemasaran Umkm Keripik Bawang Melalui Digital. *A B D I M A J U R N A L P E N G A B D I A N M A H A S I S W A*, 1(4).
- Rini Andriani, W. F. (2026). Pendampingan Umkm Keripik Di Kampung Cileguk, Desa Ciengang: Upaya Peningkatan Kemasan, Pemasaran, Dan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 5(2).
- Wahyu Maulana, I. P. (2023). Upgrading Umkm Keripik Desa Pademawu Barat Melalui Inovasi Produk Dan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15(2).