

---

**PELUANG DAN TANTANGAN PENGUSAHA KERUPUK DALAM  
MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS USAHA  
(Studi Di UD Mekarsari Desa Benda Kecamatan Karangampel Kabupaten  
Indramayu)**

Nuraeni<sup>1</sup>, Euis Puspitasari<sup>2</sup>, Rijal Assidiq Mulyana<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon, Jl. Perjuangan By Pass Sunyaragi, Kota  
Cirebon, Jawa Barat, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email: [aeniinur729@gmail.com](mailto:aeniinur729@gmail.com)<sup>1</sup> [euis@syekh Nurjati.ac.id](mailto:euis@syekh Nurjati.ac.id)<sup>2</sup> [rijal.assidiq@uinssc.ac.id](mailto:rijal.assidiq@uinssc.ac.id)<sup>3</sup>

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 9 Bulan : September Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<p><i>This study aims to examine the opportunities and challenges of crackers entrepreneurs in increasing business productivity at UD Mekarsari, Benda Village, Karangampel District, Indramayu Regency. This cracker business has been established for more than 15 years and involves local communities in its production process. The research method used is qualitative with a case study design. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed using Miles and Huberman's model through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that business opportunities lie in high market demand, availability of raw materials, local labor, and product variations. Meanwhile, the challenges include limited capital, weather conditions, rising raw material prices, competition, and limited digital marketing. In conclusion, UD Mekarsari still has great opportunities to grow by maintaining product quality, innovating, and utilizing digital technology in marketing.</i></p>

**Keyword:** MSMEs, crackers, productivity, opportunities and challenges.

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peluang dan tantangan pengusaha kerupuk dalam meningkatkan produktivitas usaha di UD Mekarsari, Desa Benda, Kecamatan Karangampel, Kabupaten Indramayu. Usaha kerupuk ini telah berdiri lebih dari 15 tahun dan melibatkan masyarakat sekitar dalam proses produksinya. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan model Miles dan Huberman melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang usaha terletak pada tingginya permintaan pasar, ketersediaan bahan baku, tenaga kerja lokal, serta variasi produk. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan modal, cuaca, kenaikan harga bahan baku, persaingan, dan keterbatasan pemasaran digital. Kesimpulannya, UD Mekarsari masih memiliki peluang besar untuk berkembang dengan menjaga kualitas produk, melakukan inovasi, dan memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran.

**Kata Kunci:** UMKM, kerupuk, produktivitas, peluang dan tantangan.

---

**A. PENDAHULUAN**

Islam merupakan agama yang kaffah, yang mengatur segala perilaku kehidupan manusia. Bukan hanya menyangkut urusan peribadahan saja, urusan sosial dan ekonomi juga diatur dalam Islam. Oleh karenanya setiap orang muslim, Islam merupakan sistem hidup (way

of life) yang harus diimplementasikan secara komprehensif dalam seluruh aspek kehidupannya tanpa terkecuali. Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan atau jual beli dan didalamnya masuk juga bisnis selama tidak ada unsur kedzaliman didalamnya. (Johan Arifin, 2009).

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya dalam melaksanakan bisnis tersebut, yakni Al- Qur'an dan sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip- prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu. (Muhammad, 2004)

Syariat Islam yang agung sangat menganjurkan kaum muslimin untuk melakukan usaha halal yang bermanfaat untuk kehidupan mereka, dengan tetap menekankan bahwa kewajiban utama untuk adalah selalu bertawakal (bersandar/berserah diri) dan meminta pertolongan kepada Allah Ta'ala dalam semua usaha yang mereka lakukan.

Kerupuk udang adalah krupuk khas Indramayu yang dimana tekstur dari kerupuk udang ini renyah, gurih, dan ada rasa udang khas ketika dikunyah. Kerupuk udang ini juga cocok untuk ditemani dengan nasi serta cemilan untuk orang-orang yang suka dengan udang, karena krupuk udang ini rasanya sangat dominan di dalam krupuk yang menjadi ciri khas.

Di desa benda kecamatan karangampel kabupaten Indramayu ini usaha krupuk yang penulis teliti ini sudah berdiri sekitar 15 tahun dan juga para pelanggan yang ingin membeli krupuk bisa datang ke pabrik untuk di pasarkan kembali, usaha yang dikelola oleh bapak zaenudin Mukim ini yakni pada UD desa benda kecamatan karangampel untuk membuat inovasi- inovasi baru. Seperti membuat ciri khas dari produk krupuk udang, ikan, dan masih banyak lagi serta rasa yang baik dalam memikat konsumen. UD desa benda kecamatan karangampel ini dalam segi pemasaran hanya melalui mulut kemulut saja tidak memiliki toko online yang dimana seiring berkembangnya zaman sudah serba digital, dalam hal pemasaran melalui mulut kemulut ini lah salah satu cara pemasaran yang digunakan oleh UD desa benda kecamatan karangampel ini.

Bisnis merupakan salah satu usaha yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tidak terlepas dari itu semua bisnis pada hakikatnya merupakan cara untuk memperoleh laba atau keuntungan. Aktivitas bisnis tidak terlepas dari kegiatan produksi, pembelian, penjualan, maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkan orang atau perusahaan. Aktivitas bisnis pada umumnya punya tujuan menghasilkan laba untuk

kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan sipelaku bisnis atau bisnisan itu sendiri. (Fuad, 2006).

Kelangsungan suatu usaha perlu dilakukan analisis pasar, mengenali peluang, memformulasikan strategi pemasaran, mengembangkan taktik dan tindakan spesifik serta menyusun anggaran dan pelaporan kerja. Perencanaan bisnis yang baik harus memuat asumsi-asumsi serta alasan yang dipergunakan sebagai dasar perhitungan, seperti dasar perhitungan besarnya permintaan dan proyeksi penjualan, perhitungan harga pokok penjualan, strategi-strategi yang akan dilakukan, serta berbagai strategi bisnis yang akan digunakan.

Upaya pelaksanaan strategi- strategi ini ternyata bermakna bahwa aktualisasinya sebagaimana yang diarahkan oleh strategi tersebut haruslah menjadi suatu yang saling berkesinambungan dan jika strategi itu dalam praktiknya tidak meraih hasil sesuai yang diharapkan, sudah sepatutnya direvisi. (Henee Aime, 2010)

Masalah kewirausahaan merupakan persoalan yang penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang membangun kemajuan dan kemunduran suatu negara sangat ditentukan oleh keberadaan dan peran dari kelompok wirausaha. Tantangan bisnis bagi usaha kecil dan menengah di Indonesia dewasa ini semakin meningkat, bukan hanya dari jenis usaha apa yang akan dipilih untuk dapat bertahan pada bisnis yang akan ditekuni, dan juga upaya untuk terlihat menonjol dibandingkan dengan jenis usaha lain, dan karena perkembangan dunia usaha yang saat ini semakin kompetitif, maka akan membuat para pelaku bisnis terus berusaha bersaing agar bisnisnya atau usaha yang dijalankannya dapat tetap establish. (Ivonne Wood, 2009)

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, baik di negara yang sedang berkembang maupun negara maju. Usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat pula berperan dalam proses pemerataan serta peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan mewujudkan nasional, maka di dalam rangka membangun prekonomian nasional yang berdasarkan atas demokrasi ekonomi yang berkeadilan, oleh sebab itu salah satu kegiatan atau usaha yang sangat berpotensi khusus memberikan kontribusi ke arah tersebut yaitu kegiatan ekonomi yang berskala kecil dan menengah yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar di seluruh tanah air. (Sanjung Relangga, 2020)

Perkembangan prekonomian sangat ditandai dengan adanya perubahan- perubahan yang akan menyebabkan suatu perusahaan akan menghadapi berbagai macam hambatan atau kendala yang ada di dalam perkembangan bisnisnya tersebut. Dimana kondisi pertumbuhan suatu bisnis sekarang ini yang cukup tinggi, dapat dilihat dari timbulnya perusahaan-perusahaan dengan produk yang sama sebagai pesaing sehingga akan menjadikan suatu persaingan di dalam merebut para konsumen dan setiap perusahaan dengan produk yang sama berupaya saling mengungguli dan juga saling mengembangkan hasil dari produksinya yang diharapkan dapat mengungguli suatu persaingan di dalam merebut hati para konsumen sehingga dapat meningkatkan volume penjualan yang sesuai dengan apa yang diharapkan sebelumnya. Maka dari itu perusahaan dituntut harus benar-benar selektif di dalam memasarkan produknya tersebut, karena apabila suatu produk yang dipasarkan tersebut tidak sesuai dengan selera konsumen, maka bersiap-siap bahwa perusahaan akan menanggung resiko kerugian. (Irham Fahmi, 2014)

Salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang peneliti teliti adalah usaha pembuatan kerupuk yang bisa dijadikan peluang bisnis bagi masyarakat. Peluang bisnis dengan pembuatan kerupuk ini salah satunya berada di Indramayu khususnya di desa Benda Kecamatan Karangampel. Kerupuk biasanya dibuat oleh industri kecil dan menengah (UMKM) yang terbukti bisa bertahan dalam arus isndustri di era sekarang ini dan mempunyai peran sterategi dalam memacu pendapatan perkapita.

Kerupuk memiliki rasa gurih, renyah, enak dan garing di lidah. Makanan ini sangat cocok untuk dijadikan cemilan atau teman saat kita menikmati hidangan sarapan pagi, siang, atau saat kita menikmati makan malam bersama dengan keluarga tercinta.

Melalui wawancara awal dengan pemilik usaha yakni pada UD Mekar Sari bahwa peluang yang didapatkan yaitu permintaan yang cukup tinggi, bahan baku, tenaga kerja, pemasaran. Sedangkan tantangan yang didapatkan yaitu permodalan, faktor cuaca, persaingan sesama usaha, peralatan kerja yang masih manual, keuntungan. (Nuraeni, 2022).

Desa Benda Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu terdapat sebuah pabrik kerupuk. Pemilik pabrik ini bernama pak Somad (50 tahun). Dijelaskan Somad, dan sudah hampir 15 tahun menggeluti usaha kerupuk sehari mampu memproduksi tiga kwintal, ada sekitar 20 pekerja terlibat di dalamnya. Jenis kerupuk yang diolah yakni krupuk bawang, kerupuk jengkol, kerupuk ikan, kerupuk kulit ikan, kerupuk udang.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam lagi peluang dan tantangan pengusaha kerupuk dalam meningkatkan

produktivitas usaha. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Peluang dan Tantangan pengusaha kerupuk dalam meningkatkan Produktivitas usaha di Desa Benda, Kecamatan Karangampel, Kabupaten Indramayu”.

## **B. METODE PENELITIAN**

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang bertujuan untuk memahami secara mendalam peluang dan tantangan pengusaha kerupuk dalam meningkatkan produktivitas usaha. Penelitian dilakukan di UD Mekarsari Desa Benda, Kecamatan Karangampel, Kabupaten Indramayu, sebuah usaha kerupuk yang telah berdiri selama kurang lebih 15 tahun dan melibatkan sejumlah tenaga kerja lokal. Subjek penelitian terdiri atas pemilik usaha serta para pekerja yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran.

Data penelitian dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap proses produksi dan kegiatan pemasaran, wawancara mendalam dengan pemilik usaha serta karyawan untuk menggali informasi terkait peluang, tantangan, dan strategi usaha, serta dokumentasi berupa catatan produksi, arsip, dan foto kegiatan.

Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan temuan, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan berbagai informan serta mengonfirmasi data melalui observasi dan dokumentasi.

Dengan metode tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai dinamika usaha kerupuk di Desa Benda, khususnya dalam mengidentifikasi potensi dan hambatan yang memengaruhi peningkatan produktivitas.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Mekarsari sebagai salah satu usaha kerupuk di Desa Benda, Kecamatan Karangampel, Kabupaten Indramayu, memiliki peluang sekaligus tantangan dalam meningkatkan produktivitas usaha.

### **Peluang dan Tantangan Pengusaha Kerupuk pada UD Mekarsari di Desa Benda Kecamatan Karangampel**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, diperoleh gambaran mengenai peluang serta tantangan yang dihadapi oleh pengusaha kerupuk di UD

Mekarsari, Desa Benda, Kecamatan Karangampel. Temuan ini memberikan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor pendukung yang membuka peluang pengembangan usaha, sekaligus hambatan-hambatan yang dapat memengaruhi produktivitas dan keberlangsungan usaha kerupuk di daerah tersebut.

Adapun data yang diperoleh dari observasi yang dilakukan peneliti mengenai peluang dan tantangan pengusaha kerupuk pada UD Mekarsari di Desa Benda Kecamatan Karangampel.

Peluang usaha adalah salah satu kesempatan untuk mencapai tujuan tertentu melalui usaha dan penggunaan sumber daya yang dimiliki, seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha sebagai berikut :

“Peluang usaha ini karena rata-rata selera orang Indonesia disaat makan ingin suatu lauk tambahan yang kriuk atau gurih maka dari itu adanya usaha krupuk yang saya miliki ini peluang besar dalam penjualan terutama di Cirebon dan sekitarnya”.

Bisa disimpulkan bahwa penjualan kerupuk ini karna dari keresahan pribadi yang dimana warga Indonesia jika makan sesuatu pasti terasa kurang jika tidak adanya kerupuk, maka dari itu UD Mekarsari ini berinisiatif menjualkan produk kerupuk dan juga ingin memperkenalkan kerupuk tradisional yang dimiliki daerah Indramayu dan juga menjual produk kerupuk ikan dan lain- lain.



Gambar 1. Wawancara Aparat Desa

Selain adanya peluang dalam usaha tidak luput juga dengan adanya tantangan usaha adalah masalah atau hambatan yang menghalangi perusahaan mencapai tujuan bisnisnya itu sendiri maka seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha saat diwawancara sebagai berikut:

“Tantangan dari usaha kerupuk ini salah satunya disaat musim hujan serta kenaikan minyak penjualan kerupuk ini juga kita tidak bisa ikut naik maka dari itu tantangan yang dihadapi bagi saya disaat musim hujan dan kenaikan harga bahan kerupuk, karena cuaca juga bisa mengurangi kualitas kerupuk yang dijual”.

Bisa disimpulkan dari tantangan yang dihadapi oleh UD Mekarsari ini adalah terjadinya perubahan iklim/cuaca disaat beberapa waktu dan itu menjadi salah satu permasalahan yang tidak ada jalan keluarnya karna sudah keadaan alam yang tidak bisa diprediksi setiap harinya, dan permasalahan yang dihadapi juga tidak luput dari melonjaknya harga bahan-bahan untuk pembuatan kerupuk itu sendiri seperti minyak, gas, dan bahan-bahan lainnya.

Usaha yang memproduksi banyak produk dalam satu hari pasti membutuhkan banyak tenaga manusia maka disitu pula dibutuhkannya karyawan seperti halnya di UD Mekarsari ini ada berapa karyawan seperti yang dikatakan pemilik usaha disaat wawancara sebagai berikut:

“Karyawan disini ada 4 orang harian dan yang lainnya borongan khusus perempuan karena jika perempuan mengikuti skema seperti 4 orang ini yang harian tidak bisa karena rata-rata karyawan disini adalah ibu rumah tangga”.

Diperkuat oleh Ibu Nap sebagai karyawan di UD Mekarsari sebagai berikut :

“Sistem kerja disini saya borongan karena saya pagi/siangnya menjaga anak dahulu karena memiliki anak dibawah umur yang masih rewel untuk ditinggal jika untuk mengikuti harian tidak bisa, untungnya pemilik usaha baik dan mengerti keadaan karyawan yang memiliki anak dibawah umur”.



Gambar 2. Wawancara Bersama Karyawan

Peluang dalam memiliki usaha adalah salah satu hal/celah yang harus dilihat dan dicari karena ketika seseorang sebelum memiliki usaha tapi tidak mengetahui bagaimana celah yang akan didapatkan ketika produk yang dimiliki akan terjual di pasar maka akan sulit untuk kedepannya seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha sebagai berikut :

“Peluang yang ada yaitu dimana kita memberikan harga yang berbeda dari kerupuk kerupuk yang lain tetapi kualitas kita terdepan maka untuk menarik konsumen kita harus memberikan suatu kualitas yang lebih baik dari pesaing lainnya”.

Dari sekian banyaknya tantangan adapula cara agar bisa melewati tantangan yang dirasakan oleh para pengusaha terutama pemilik usaha UD Mekarsari ini yaitu sebagai berikut:

“Disaat omset dirasa mulai menurun disitu staf yang bertanggungjawab atas penjualan dan pemasaran. Dimana staf yang bertanggungjawab pada penjualan melihat apa yang kurang dalam penawaran produk yang dimiliki dan bagaimana jalan keluar yang harus dilakukan agar omset terus meningkat atau tetap berjalan normal”.

Dimana ada tantangan pasti ada pula peluang yang dimiliki oleh para pengusaha terutama pada usaha UD Mekarsari ini seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha yaitu sebagai berikut:

“Peluang bisa darimana saja baik muncul dari diri kita sendiri ataupun dari tim yang kita miliki/karyawan yang kita miliki mereka juga memiliki hak untuk memberikan masukan disaat melihat peluang yang dimiliki untuk kemajuan usaha, bisa menawarkan produk yang dimiliki melalui social media berupa WhatsApp ataupun Instagram yang dimiliki oleh para karyawan yang ada di UD Mekarsari ini”.

### **Meningkatkan produktivitas usaha pada UD Mekarsari di Desa Benda Kecamatan Karangampel**

Usaha harus adanya produktivitas yang jelas dan bisa meningkatkan mungkin dari segi pasar dan penjualan dari yang sebelumnya kurang menjadi lebih baik lagi, bisa dengan cara memberikan kualitas produk seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha sebagai berikut :

“Kualitas yang kita berikan adalah kualitas yang terbaik untuk para konsumen karena konsumen menyukai kerupuk yang tidak terlalu keras dan juga ada rasa yang berlebihan maka dari itu kita memberikan kualitas yang terbaik untuk para konsumen”.

Diperkuat oleh Bapak Agus sebagai penanggung jawab pemasaran :

“Kualitas kita menomorsatukan karena kita memiliki kekurangan di segi pemasaran karena kita hanya menggunakan mulut kemulut saja maka dari itu kita harus bisa memberikan kualitas yang terbaik kepada para konsumen terutama di luar Indramayu agar para konsumen puas dengan harga murah tetapi kualitas terbaik”.

Bisa disimpulkan bahwa prioritas utama dari UD Mekarsari ini adalah pada peningkatan kualitas produk yang mereka miliki agar para pelanggan semakin percaya dan juga membantu memberikan info kepada teman dan sanak saudara bahwa produk UD Mekarsari memiliki ciri khas tersendiri terkait kualitas produk mereka dibandingkan brand lainnya.



Gambar 3. Wawancara dengan Bapak Agus

Dalam produktivitas usaha juga tidak luput dari adanya pemasaran atau bagaimana cara memperkenalkan kepada khalayak umum agar calon konsumen mengetahui bahwa ada suatu produk terutama kerupuk seperti yang ada di UD Mekarsari ini seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha sebagai berikut:

“Menarik daya pikat calon pembeli/konsumen kita memberikan harga satu pack kerupuk yaitu Rp. 6.000 rupiah itu untuk dijual sendiri atau pembeli yang datang langsung tapi untuk grosir diberikan harga Rp. 7.000 rupiah karena untuk keuntungan grosir itu”.

Bisa disimpulkan yaitu dimana pemilik usaha untuk menarik daya pikat calon pembeli yaitu dengan cara diskon pembelian produk jika lebih 1 karena cara ini cukup berpengaruh dalam penjualan produk yang dimiliki, karena calon pembeli mengira bahwa lebih baik beli banyak dan lebih murah dibandingkan beli satuan tetapi harga lebih mahal.

Diperkuat lagi oleh pemilik usaha mengenai cara pemasaran yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

“Menawarkan produk yang kita miliki ini dengan cara menawarkan ke grosir-grosir, warung-warung dan juga pasar-pasar yang ada di Indramayu terutama”.

Bisa disimpulkan dari penjualan yang dilakukan oleh UD Mekarsari ini lebih sering menawarkan produk yang dimiliki secara langsung kepada warung grosir yang ada di pasar-pasar Indramayu dan melalui status WhatsApp saja agar pembeli yang berada di luar kota bisa memesan walaupun dengan jarak yang cukup jauh.

Untuk penjualan kerupuk yang sudah kita ketahui banyak sekali di setiap daerah di Indonesia ini sama halnya penjualan kerupuk di UD Mekarsari ini seperti yang pemilik usaha katakan yaitu sebagai berikut:

“Penjualan kerupuk di UD Mekarsari ini sudah sampai Subang, Cirebon terutama dan Brebes”.

Produktivitas adalah salah satu kegiatan yang dilakukan manusia terutama tujuan dari pemilik UD kerupuk menurut pemilik usaha yaitu :

“Semakin berkembangnya usaha yang saya miliki, saya berharap semakin banyak juga membantu para ibu rumah tangga yang ada di desa Benda ini karena permasalahan yang ada di desa Benda ini adalah para ibu rumah tangga ingin bekerja tetapi terhalang dengan memiliki anak bayi maka dari itu ibu rumah tangga yang ada di sekitar selalu menanyakan apakah ada lowongan pekerjaan”.

Produktivitas yang dilakukan penjual juga cukup cerdas dalam mengikuti apa yang bisa diutamakan dari produk yang mereka miliki seperti yang dikatakan pemilik usaha :

“Kami melihat banyaknya pesaing di lapangan, mereka hanya memberikan bahwa kualitas mereka baik dibandingkan yang lain tetapi produk kamu mengutamakan kualitas dan juga diberikan sample untuk calon pembeli untuk mencoba produk yang kita miliki dan juga bisa membandingkan dari produk lain yang ada di pasaran”.

Bisa disimpulkan bahwasanya pemilik UD Mekarsari ini selalu mencari celah apa yang bisa menjadi pembeda dari brand saingan mereka, agar para pembeli lebih terpicat dengan produk yang dimiliki UD Mekarsari, karena jika hanya memberikan informasi tetapi tidak memberikan sample untuk calon pembeli mencicipinya, calon pembeli akan sedikit ragu untuk memilih produk yang dimiliki UD Mekarsari apabila calon pembeli sering membeli produk dari pesaing yang ada.

Saat ini sulit sekali dalam mencari pekerjaan terutama untuk para ibu rumah tangga, para ibu rumah tangga ingin memiliki penghasilan tanpa meninggalkan anak mereka jauh dari mereka maka dari itu adanya UD Mekarsari ini salah satu cara untuk membantu dari kebutuhan/harapan dari para ibu rumah tangga di daerah UD Mekarsari berdiri seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha yaitu :

“Disini saya mengharapkan bahwa bisa membantu ibu rumah tangga yang ada di sekitar karena mereka membutuhkan pemasukan untuk membantu sang suami karena masyarakat disini tidak memiliki pekerjaan tetap seperti di PT dan semacam lainnya, maka dari itu semoga dengan adanya usaha yang saya miliki saat ini bisa membantu untuk memenuhi kebutuhan para ibu rumah tangga yang ada di sekitar UD Mekarsari ini”.

Tantangan yang dihadapi dalam pemasaran kerupuk pada UD Mekarsari di Desa Benda

Tantangan tidak hanya berpaku kepada kualitas barang dan juga cuaca terutama dalam penjualan kerupuk ini seperti yang dikatakan pemilik usaha yaitu sebagai berikut :

“Tantangan yang terjadi juga adanya pesaing yang kadang bisa mengikuti perkembangan zaman yaitu menggunakan teknologi/media social sebagai salah satu cara promosi mereka tetapi kami tidak akan menyerah dan terus bersaing dengan cara

meningkatkan dan memberikan kualitas nomor 1 kepada para konsumen serta harga yang sesuai dengan dompet masyarakat”.

Setiap usaha memiliki omset sendiri maka dengan adanya omset ketika omset yang sebelumnya naik menjadi turun itu adalah salah satu tantangan bagi pengusaha seperti yang dikatakan pemilik usaha sebagai berikut :

“Omset bisa turun kapan saja untuk penjualan apalagi disaat musim hujan yang sangat parah karena ketika musim hujan datang untuk sistem penjemuran bahan mentah kerupuk menjadi tidak sempurna seperti musim panas ada”.

Saat ini tantangan untuk penjualan kerupuk juga sangat besar terutama dalam bidang pengiriman seperti yang dikatakan oleh Bapak Agus yaitu :

“Dalam pengiriman ada beberapa produk yang datang ke customer menjadi melempem/tidak kriuk lagi karena faktor utama dalam perjalanan ada beberapa customer yang mengingatkan dalam memberikan kemasan 2x lebih aman dibandingkan pesanan sebelumnya.”

Tantangan tidak luput dari perihal apapun terutama dalam hal usaha yang dimana setelah adanya peluang pasti adanya tantangan apalagi jika kita berbicara usaha yang berada di satu daerah pemukiman dan ingin menjadi usaha yang besar maka tidak luput tantangan itu sendiri dari masyarakat sekitar, seperti yang dikatakan oleh pemilik usaha yaitu :

“Tantangan yang dihadapi pada desa Mekarsari ini adalah adanya usaha UD kerupuk ini menjadi salah satu harapan bagi masyarakat dalam mencari penghasilan yang dimana bisa kita lihat saat ini sedang sulit mencari pekerjaan, apabila hanya tamatan SD-SMA saja maka dari itu tantangan ini menjadi salah satu upaya saya dalam meningkatkan usaha yang sedang dijalani, karena saya tahu bagaimana sulitnya mencari penghasilan sedangkan kita belum memiliki pekerjaan tetapi membutuhkan pengeluaran menggunakan uang”.

Bisa disimpulkan dari definisi di atas bahwa tantangan yang terjadi pada UD Mekarsari ini bukan hanya perihal cuaca dan juga bahan baku pembuatan kerupuk yang meningkat, tetapi juga harapan dari masyarakat agar bisa ikut bekerja di UD pembuat kerupuk ini karena semakin berkembangnya zaman dan banyaknya pesaing dalam mencari kerja serta terhalang banyak faktor maka masyarakat ini bekerja di UD Mekarsari ini saja.

Itu hanya bermodalkan ratusan ribu dan hanya memiliki beberapa varian kerupuk saja berbeda dengan saat ini UD Mekarsari sudah memiliki banyak sebelum menjadi seperti sekarang, adanya usaha UD Mekarsari seperti sekarang ini adanya naik turun tingkat penjualan kenaikan penjualan UD Mekarsari ini terjadi lonjakan yang sangat tinggi yaitu

disaat covid-19 mulai disaat covid-19 masyarakat Indonesia tidak ada yang keluar rumah maka dari itu UD Mekarsari memanfaatkan momentum ini untuk memperkenalkan lebih luas lagi penjualan kerupuk dari UD Mekarsari.

Adanya UD Mekarsari ini dimana bertujuan agar terciptanya lowongan pekerjaan untuk masyarakat sekitar dan terjadinya produktivitas terhadap usaha UMKM yang dimana usaha ini memiliki tujuan bahwasanya ibu rumah tanggapun bisa memiliki penghasilan.

Hasil dari penelitian yang terjadi di lapangan dimana UD Mekarsari ini belum menggunakan media sosial sebagai salah satu alat dalam mempromosikan produk yang mereka miliki, UD Mekarsari masih menggunakan metode dari mulut ke mulut dan juga menawarkan ke warung-warung. Customer yang berada di luar kota dalam mengirimkan pesanan produk UD Mekarsari masih menggunakan paket biasa dan itu sudah kurang efektif pada zaman sekarang, yang dimana seharusnya untuk para customer yang berada di luar kota sudah memesan melalui online seperti shopee yang sudah banyak di Indonesia.

Wirausaha juga harus selalu mengikuti bagaimana cara memasarkan produk yang dimiliki dan harus bisa lebih meningkat dalam segi penjualan produk dari yang sebelumnya. Semakin banyaknya UMKM yang di setiap desa dan juga bisa membantu dalam produktivitas dalam masyarakat yang dimana juga membantu meningkatkan pengurangan angka pengangguran di setiap desa dan kota yang ada di Indonesia.

UMKM membantu meningkatkan ekonomi negara yang dimana UMKM juga meningkatkan lowongan pekerjaan di setiap daerah yang ada di Indonesia maka dari itu adanya produktivitas merupakan faktor sangat penting dalam mempertahankan dan mengembangkan keberhasilan suatu organisasi/perusahaan. Sebagaimana yang kita ketahui, setiap organisasi/perusahaan menginvestasikan sumber-sumber vital (sumber daya manusia, bahan dan uang) untuk memproduksi barang/jasa. Dengan menggunakan sumber-sumber daya manusia tersebut secara efektif akan memberikan hasil yang lebih baik. Produktivitas secara teori diartikan sebagai perbandingan antara output (barang dan jasa) dengan input (tenaga kerja, bahan dan uang). Produktivitas yang rendah merupakan pencerminan dari organisasi/perusahaan yang memboroskan sumber daya yang dimilikinya. Dan ini berarti bahwa pada akhirnya perusahaan tersebut kehilangan daya saing dan dengan demikian akan mengurangi skala aktivitas usahanya. Produktivitas yang rendah dari banyak organisasi/perusahaan akan menurunkan pertumbuhan industri dan ekonomi suatu bangsa secara menyeluruh.

## **Diskusi**

Sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan, peluang dan tantangan yang dihadapi pengusaha UD Mekarsari dapat dilihat dari bagaimana proses produksi berlangsung serta ketersediaan bahan baku yang digunakan. Observasi langsung di lapangan memberikan gambaran bahwa pengusaha mampu menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada sehingga lebih mudah dalam menghadapi tantangan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlasera dan Qomariah, yang juga menekankan pentingnya memahami peluang dan tantangan dalam menjalankan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Temuan penelitian ini menunjukkan adanya kesamaan tantangan dengan penelitian sebelumnya, khususnya pada sektor produksi kerupuk, yaitu ketika cuaca kurang mendukung pada musim hujan serta kenaikan harga bahan baku. Kondisi tersebut berpengaruh pada biaya produksi sehingga harga jual kerupuk juga mengalami penyesuaian. Strategi yang dilakukan oleh UD Mekarsari untuk menghadapi situasi ini adalah dengan menaikkan harga jual secara bertahap dan tidak signifikan, misalnya dari Rp15.000 menjadi Rp16.000, agar tetap terjangkau oleh konsumen dan tidak mengurangi minat pembeli.

Upaya meningkatkan produktivitas di UD Mekarsari juga tampak dari kontribusinya terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar. Usaha ini memberikan kesempatan bagi warga, khususnya ibu rumah tangga (IRT) yang suaminya bekerja sebagai nelayan atau petani dengan penghasilan tidak tetap, untuk memperoleh tambahan pendapatan. Dengan adanya UD Mekarsari, para ibu rumah tangga dapat membantu perekonomian keluarga mereka melalui keterlibatan langsung dalam proses produksi maupun pemasaran kerupuk. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan UD Mekarsari bukan hanya berperan dalam meningkatkan produktivitas usaha, tetapi juga memberikan dampak sosial yang signifikan bagi masyarakat sekitar.

Adapun tantangan yang dihadapi dalam aspek pemasaran adalah semakin ketatnya persaingan di era digital. Banyak kompetitor telah memanfaatkan platform online shop untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka ke berbagai daerah, termasuk luar kota. Sementara itu, UD Mekarsari masih terbatas menggunakan media sosial sederhana, seperti status WhatsApp dan Instagram story, untuk menjangkau konsumen. Walaupun demikian, strategi ini tetap efektif karena pengusaha memiliki jaringan pertemanan yang cukup luas hingga ke luar kota, sehingga tetap ada pesanan dari konsumen di daerah lain. Untuk pemasaran di tingkat lokal, UD Mekarsari masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan menitipkan produk di warung-warung dengan memberikan sampel terlebih dahulu. Cara

ini memungkinkan pemilik usaha mengetahui respons pelanggan sebelum memutuskan melanjutkan kerja sama distribusi produk di warung tersebut.

#### **D. KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa UD Mekarsari sebagai salah satu UMKM di Desa Benda, Kecamatan Karangampel, Kabupaten Indramayu memiliki peluang sekaligus tantangan dalam mengembangkan usaha kerupuk. Dari sisi peluang, usaha ini didukung oleh tingginya permintaan pasar, ketersediaan bahan baku lokal, keterlibatan tenaga kerja dari masyarakat sekitar, serta variasi produk yang memiliki cita rasa khas. Hal ini menjadikan UD Mekarsari mampu berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga dan pemberdayaan ibu rumah tangga di lingkungannya.

Namun demikian, usaha ini juga menghadapi tantangan yang cukup kompleks, antara lain keterbatasan modal, ketergantungan pada kondisi cuaca dalam proses produksi, kenaikan harga bahan baku, persaingan usaha yang semakin ketat, serta keterbatasan dalam pemasaran digital. Upaya peningkatan produktivitas dilakukan dengan menjaga kualitas produk, melakukan inovasi varian kerupuk, memberikan harga kompetitif, serta memperluas jaringan pemasaran melalui media sosial sederhana dan promosi dari mulut ke mulut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peluang pengembangan usaha kerupuk di UD Mekarsari masih terbuka lebar, namun diperlukan strategi yang lebih adaptif, terutama pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran serta modernisasi peralatan produksi, agar usaha dapat berkembang lebih optimal dan berkelanjutan.

#### **PENGAKUAN**

Penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Prof. Dr. Aan Jaelani, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Dr. Saefudin, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Hj. Yeti Nurizzati, M.Si selaku Ketua Jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Septiani Resmalasari, M.Pd, sekretaris jurusan Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial.

5. Euis Puspitasari, SE., M.Pd Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Rijal Assidiq Mulyana, M.Pd, Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan kesabaran dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Segenap dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon, khususnya dosen Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial yang telah memberikan ilmunya dengan sabar dan tanpa pamrih kepada penulis sehingga penulis mempunyai masa depan dan wawasan yang lebih dalam.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, J. (2009). Islam dalam perspektif ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fahmi, I. (2014). Manajemen strategi: Teori dan aplikasi. Bandung: Alfabeta.
- Fuad, M. (2006). Pengantar bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Henee, A. (2010). Strategi bisnis: Konsep dan aplikasi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Muhammad. (2004). Etika bisnis Islami. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Nuraeni. (2022). Wawancara awal dengan pemilik usaha UD Mekar Sari di Desa Benda, Karangampel, Indramayu. (Data Primer Penelitian).
- Nurlasera, & Qamariah Lahamid. (2019). Peluang dan tantangan Usaha Kecil Menengah (UKM) berbasis syariah menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 15(1).
- Relangga, S. (2020). Ekonomi mikro makro: Teori dan aplikasi. Jakarta: Kencana.
- Wood, I. (2009). Entrepreneurship and small business management. New York: McGraw-Hill.