

## MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT: STRATEGI MENGEMBANGKAN BISNIS MINUMAN CARICA BERBASIS INDUSTRI RUMAH TANGGA DI DESA GEMBOL, KECAMATAN PEJAWARAN, KECAMATAN BANJARNEGARA

DOI: <https://doi.org/10.31595/lindayasos.v7i1.1580>

### Febriliana Putri<sup>1</sup>

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta, Indonesia  
[lianaputrifebri@gmail.com](mailto:lianaputrifebri@gmail.com)

### Muhammad Naufal<sup>2</sup>

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta, Indonesia  
[noufalm281@gmail.com](mailto:noufalm281@gmail.com)

### Muh. Syahlan Risawandi R<sup>3</sup>

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta, Indonesia  
[msy.syahlanalfatih@gmail.com](mailto:msy.syahlanalfatih@gmail.com)

### Journal History

Received: 2024-11-25

Accepted: 2025-06-21

Published: 2025-06-30

### Orcid Number

Author<sup>2</sup>: 0009-0007-0499-4304

Author<sup>3</sup>: 0009-0008-6929-8817

### ABSTRACT

In the field of economics and social development, the *home industry* plays many roles in enhancing and fostering people's creativity and innovation, as well as helping to narrow social gaps. In the realm of the *home industry*, there are various ways of development. Such as the Tropico carica house industry which is located in the village of Gembol. In addition to functioning as a side business for the owner, Tropico also serves as a source of livelihood for several housewives in Gembol Village. The purpose of this study is to describe how strategies and challenges in developing the carica beverage business contribute to improving the family economy in Gembol Village. The research method used is qualitative descriptive, with data collection methods including observation, interviews, and documentation. The results of the study show that the strategy for developing the carica beverage business as a means of improving the family economy includes product innovation, sustainable strategies, and network strategies through resellers. The challenge in developing the carica beverage business as a means of improving the family economy involves internal and external factors. Internal factors include a decrease in demand after Eid, limited production capacity, and the existence of a consignment system. Meanwhile, external factors include product competition, price competition, lack of knowledge in using information technology, and seasonal raw materials.

### KEYWORDS:

Domestic Industry, Business Development Strategy, Family Economic Improvement, Challenges

### ABSTRAK

Di bidang ekonomi dan pembangunan sosial, industri rumahan memainkan banyak peran dalam meningkatkan dan menumbuhkan kreativitas dan inovasi masyarakat, serta membantu mempersempit kesenjangan sosial. Dalam ranah industri rumahan, ada berbagai cara pengembangan. Seperti industri rumah Tropico carica yang terletak di desa Gembol. Selain berfungsi sebagai usaha sampingan bagi pemiliknya, Tropico juga berfungsi sebagai sumber mata pencaharian bagi beberapa ibu rumah tangga di Desa Gembol. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi dan tantangan dalam mengembangkan bisnis minuman carica berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Gembol. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga meliputi inovasi produk, strategi berkelanjutan, dan strategi jejaring melalui reseller. Tantangan dalam mengembangkan bisnis minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga melibatkan faktor internal dan eksternal. Faktor internal antara lain penurunan

## Meningkatkan Ekonomi Masyarakat: Strategi Mengembangkan Bisnis Minuman Carica Berbasis Industri Rumah Tangga

permintaan setelah lebaran, terbatasnya kapasitas produksi, dan adanya sistem konsinyasi. Sementara itu, faktor eksternal meliputi persaingan produk, persaingan harga, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan teknologi informasi, dan bahan baku musiman.

### KataKunci:

Industri, Peningkatan Ekonomi Keluarga, Strategi

## PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi ekonomi yang signifikan di Asia Tenggara, dengan proyeksi PDB sebesar \$10,1 triliun pada tahun 2030, memposisikan negara ini sebagai ekonomi terbesar keempat di dunia (Indonesiabaik.id, n.d.). Sektor perdagangan adalah kontributor terbesar pertumbuhan ini, diikuti oleh pertanian, perkebunan, dan kehutanan. Sumber daya alam, terutama di bidang pertanian, merupakan salah satu kekuatan ekonomi Indonesia (Administrator, 2021). Industri rumah tangga, yang terdiri dari usaha kecil yang dikelola secara individu atau kelompok, memainkan peran penting dalam meningkatkan ekonomi masyarakat atau yang lebih dikenal dengan *Home industry*. *Home industry* dikatakan sebagai perusahaan kecil karena dalam proses produksinya dilakukan di rumah, mengandalkan keluarga dan masyarakat sekitar. Karena fasilitas yang digunakan juga sederhana, kebanyakan *home industry* masih tergolong UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) (Permana, 2017).

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang bukan merupakan cabang perusahaan besar. Kriteria UMKM dibagi menjadi tiga kategori: Usaha Mikro, Kekayaan bersih maksima Rp. 50 juta dan hasil penjualan tahunan maksimal Rp. 300 juta. Usaha Kecil: Kekayaan bersih antara Rp. 50 juta hingga Rp 500 juta dengan hasil penjualan tahunan antara Rp. 300 juta hingga Rp. 2,5 miliar. Usaha Menengah: Kekayaan bersih antara Rp. 500 juta hingga Rp. 10 miliar dengan hasil penjualan tahunan antara Rp. 2,5 miliar hingga Rp. 50 miliar. UMKM dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung stabilitas nasional. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2021, UMKM atau *home industry* dari jumlah pelaku usaha di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. UMKM juga memiliki kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada dan dapat menghimpun hingga 60,4% dari total investasi (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Data tersebut membuktikan urgensi peranan *home industry*, sebagai bagian dari UMKM, dalam menopang ekonomi nasional, utamanya dalam meningkatkan perokonomian masyarakat menengah ke bawah. Selain untuk menambah penghasilan keluarga, *home industry* juga merupakan salah satu cara untuk memanfaatkan waktu secara produktif dengan melakukan kegiatan yang bermanfaat dan bernilai ekonomis bagi masyarakat, khususnya Ibu Rumah Tangga (IRT).

Penelitian ini memotret pengembangan salah satu *home industry* di Kabupaten Banjarnegara, yang mengelola produk hasil tani yaitu papaya gunung (Carica) menjadi produk minuman dan sirup, saat ini menjadi salah satu icon oleh-oleh khas daerah Dieng yang dikenal sebagai minuman Carica Tropico. Usaha ini berawal dari keresahan petani Carica yang kesulitan untuk menjual hasil panen dengan harga yang layak, sebagian menjual dengan harga yang rendah, sebagian lainnya bahkan gagal jual dan berakhir membusuk. Hadirnya *home industry* olahan Carica menjadi inovasi yang mengentaskan masalah para petani carica, sekaligus membuka peluang ekonomi dengan penyerapan tenaga kerja. Hal ini menjadikannya menarik topik yang menarik untuk ditelaah lebih dalam, melalui penelitian yang berfokus pada strategi pengembangan usaha.

## METODELOGI

Penelitian ini berlokasi di Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, Kabupaten Banjarnegara. Penelitian ini dilakukan sejak September 2023 hingga April 2024. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan fokus pada strategi pengembangan bisnis minuman carica sebagai sarana peningkatan ekonomi keluarga. Objek penelitian adalah strategi dan tantangan pengembangan bisnis minuman Carica dalam meningkatkan perekonomian keluarga. Untuk mendapatkan data yang diinginkan, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam dengan informan yang memahami strategi pengembangan bisnis minuman Carica, observasi dengan mengikuti kegiatan di industri rumahan, kemudian dokumentasi yang bertujuan untuk mengabadikan semua kegiatan atau fakta di lapangan dalam bentuk gambar. Para peneliti menggunakan teknik purposif untuk menentukan informan, menggunakan kriteria yang telah ditentukan (Usman & Akbar, 2009).

Tabel 1 List Informan

Code Informan	Peran Informan
R1	Pemilik <i>Home industry</i> Tropico
R2	Karyawan <i>Home industry</i> Tropico
R3	Reseller
R4	Petani Buah Carica

Sumber: Olah Data Penelitian 2024

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Profil Home industry Carica Tropico

Carica Tropico adalah sebuah *home industry* yang memproduksi minuman dan sirup dari buah carica. *Home industry* ini berlokasi di Dusun Gembol, Desa Gembol, Kecamatan Pejawaran, yang berdiri sejak Desember tahun 2015, dan sampai sekarang sudah di pasarkan hingga ke Jabodetabek. Bahan utamanya berasal dari buah carica yang umumnya hanya bisa tumbuh di tempat sejuk seperti di Dataran Tinggi Dieng, Banjarnegara. Awal mula berdirinya *home industry* Tropico adalah karena pemiliknya seorang petani yang menanam buah carica sebagai tumpang sari. Ketika panen akan dijual ke pengepul, namun saat buah carica dihargai murah para penjual atau pengepul tidak mau mengambilnya. Sehingga buah-buah tersebut hanya dibuang bahkan membusuk, yang menyebabkan. Kemudian pemiliknya berinisiatif untuk membuat sebuah produk yang berasal dari buah carica seperti sirup dan manisan carica yang sampai pada saat ini menjadi ikon oleh-oleh asal Dieng dan diberi nama Tropico. Nama Tropico sendiri dipilih untuk nama produk dari *home industry* ini, karena terinspirasi dari negara Indonesia yang beriklim tropis (R1, 2024).

Harga buah carica yang naik turun, membuat pemilik lahan berinisiatif untuk memanfaatkan buah carica untuk diolah menjadi sebuah produk yang tahan lama, memiliki nilai tambah, dan dapat bersaing di pasar. Selain itu, *home industry* juga dapat mengurangi biaya transportasi dan distribusi bahan baku, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha. Selain bahan baku, potensi lain yang menjadi dasar adanya kegiatan di *home industry* Tropico adalah adanya kreativitas dan skill masyarakat sekitar. *Home industry* dapat mengembangkan kreativitas dan skill masyarakat dalam mengolah bahan baku yang memiliki nilai jual, berkualitas, yang sesuai dengan selera konsumen. *Home industry* Tropico mampu membuka beberapa lowongan pekerjaan bagi masyarakat sekitar terutama ibu rumah tangga sehingga dapat memberikan pendapatan dan memberdayakan mereka.

Karyawan dibagi dalam berbagai bidang oleh pemilik usaha. Karyawan di bidang pengupasan bertugas mengupas buah carica dari kulitnya. Karyawan di bidang pengolahan bertugas membersihkan, memotong, dan merebus buah carica yang sudah di kupas. Karyawan dibidang pembuatan sirup bertugas membuat sirup dengan merebus biji carica dan dicampurkan dengan gula, air, dan garam benzoat. Karyawan dibidang pengemasan Bertugas mengemas buah carica dan sirup ke dalam cup dan di sterilisasi. Mekanisme kerja di *home industry* Tropico berjalan secara berkesinambungan (R1, 2024).

Tabel 2 Struktur Usaha

No.	Bagian	Tupoksi
1.	Pengupasan	Mengupas kulit buah dan hanya menyisahkan daging buah untuk diolah.
2.	Pengolahan	Membersihkan atau mencuci daging buah, kemudian dipotong dan direbus.
3.	Produksi/pembuatan sirup	Membuat sirup dengan cara merebus biji buah, mencampurkan gula, garam bonzoat, dan air.
4.	Pengemasan	Menuangkan sirup dalam cup, kemudian dikemas dalam box berisi enam cup.

Sumber: Olah Data Penelitian 2024

Strategi Pengembangan Bisnis Industri Rumah Minuman Carica Sebagai Peningkatan Perekonomian Masyarakat

Sebuah industri yang tidak stabil bisa disebabkan oleh beberapa faktor, baik pelayanan, produk, bahan baku, pemasaran, dan yang lainnya. Oleh karenanya, dalam menjalankan bisnisnya sebuah industri tentu memiliki strategi masing-masing, sehingga dapat bertahan dan bersaing. *Home industry* Tropico memiliki beberapa strategi dalam menjaga kualitas produk caricanya agar tetap menjadi pilihan konsumen. Berikut ringkasannya.

Tabel 3 Strategi Pengembangan Bisnis

Strategi Inovasi Produk	Bisnis Berkelanjutan	Jaringan Reseller
Produk Baru	Legalisir usaha dengan NIB dan sertifikasi produk halal	Bekerja sama dengan reseller untuk memperluas pangsa pasar, sekaligus mengurangi beban biaya distribusi,
Penjualan terstruktur	Optimalisasi SDA	sehingga unit usaha bisa fokus pada produksi.
Quality control	Partisipasi masyarakat lokal	

Sumber: Olah Data Penelitian 2024

### **Inovasi Produk Baru sebagai Strategi Pengembangan Bisnis**

#### **Inovasi Produk Baru**

Salah satu strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh *home industry* Tropico dalam mengembangkan usahanya adalah melalui pembuatan produk baru berupa sirup carica. Setelah 2 tahun *home industry* Tropico memproduksi manisan carica, mereka melakukan inovasi dengan membuat sirup carica. Awalnya pada tahun 2018 pemilik usaha membaca peluang pada saat lebaran setiap rumah akan menyediakan minuman kemasan. Selain itu setelah satu kali perebusan biji carica untuk pembuatan manisan hanya akan dijadikan limbah, sehingga ia pun memutuskan untuk membuat sirup carica, dan diuji coba pada moment lebaran sebagai trial and error sebelum dikomersilkan (R1, 2024).

#### **Penjualan Terstruktur sebagai Strategi Pengembangan Bisnis**

*Home industry* Tropico memanfaatkan momen penjualan yang tepat, yaitu menjelang bulan suci Ramadhan dan Idul Fitri. Saat ini, Tropico memproduksi sirup Carica dalam jumlah besar sesuai dengan permintaan konsumen. Strategi ini berdampak positif bagi Tropico, termasuk meningkatkan keuntungan. Menjelang bulan Ramadhan, banyak perayaan dan khotbah yang menyajikan sirup Tropico sebagai minuman praktis tanpa perlu mencuci gelas. Begitu juga saat lebaran, hampir setiap rumah di Desa Gambol menyajikan Tropico di atas meja sebagai pengganti minuman kemasan.

Dalam proses penjualannya Tropico berafiliasi dengan para reseller baik dari wilayah sekitar seperti Desa Gambol, Batur, Pasurenan bahkan sampai ke luar kota seperti Magelang, Jakarta, Yogyakarta, Kalimantan, dan Sumatera. Beberapa reseller melakukan pemasaran melalui aplikasi WhatsApp dengan strategi membuat story. Selain itu, ada beberapa reseller yang memiliki toko sehingga produknya selalu tersedia dan dapat langsung dilihat serta dibeli oleh konsumen yang datang secara langsung. Toko fisik ini memungkinkan pelanggan untuk melihat produk secara langsung, merasakan kualitasnya, dan mendapatkan pelayanan yang lebih personal. Kombinasi antara pemasaran digital melalui WhatsApp dan keberadaan toko fisik ini membantu reseller menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan mereka.

Gambar 1 Produk yang siap di jual



Sumber: Dokumentasi penulis

### **Quality Control sebagai Strategi Pengembangan Bisnis**

Konsisten terhadap rasa dan kualitas menjadi faktor terpenting untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, memastikan bahwa produk selalu memiliki rasa yang konsisten dan kualitas yang terjaga merupakan usaha yang dapat dilakukan untuk membangun reputasi yang baik bagi pelanggan. Hal itu juga dapat membantu untuk memperoleh dan meningkatkan kepercayaan pelanggan kepada produk sehingga dapat memperkuat persaingan di pasar. Strategi ini juga dilakukan oleh *home industry* Tropico, Ketika bahan baku naik mereka memiliki cara tersendiri untuk tetap memakai bahan baku tersebut. Cara yang dilakukan *home industry* Tropico dalam mengatasi naiknya bahan baku yaitu dengan cara membeli bahan baku yang harganya stabil dengan jumlah yang lebih banyak karena akan mendapat harga lebih murah daripada dengan membeli barang sedikit. Selain itu, tetap menaikkan harga jual produk, tetapi bagi pembelian di atas 20 pcs akan diberikan harga normal. Dengan demikian, kualitas dan rasa dari produk Tropico tetap sama walaupun bahan baku sedang naik (R1, 2024).

### **Pengembangan Bisnis Berkelanjutan**

#### **Memiliki Sertifikat Halal dan Nomor Induk Berusaha (NIB)**

Mendaftarkan usaha untuk mendapatkan NIB dan sertifikasi halal merupakan langkah penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan kepercayaan bisnis makanan. NIB dan sertifikat halal menunjukkan komitmen industri terhadap kualitas dan keamanan produk. Dengan mendaftar ke PIRT, perusahaan memenuhi standar keamanan pangan, mengurangi risiko kesehatan dan legalitas, serta membuka peluang pasar dan meningkatkan

daya saing. Tropico sebagai sebuah industry menerapkan strategi pengembangan usaha dengan mendaftarkan produknya ke Dinas Kesehatan untuk mendaftarkan PIRT. Sejak awal berdirinya pemilik industri menegaskan pentingnya langsung mendaftarkan usahanya ke Dinas Kesehatan untuk memperoleh izin. Hal ini dilakukan agar produknya memiliki izin sehingga terjamin kualitasnya, sehingga dapat kepercayaan dari masyarakat, Selain itu, hal tersebut dilakukannya untuk memperluas jaringan pemasaran.

Gambar 2 NIB dan ID Produk Halal



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2024

#### Pemanfaatan sumber daya alam

Strategi pengembangan bisnis dapat diimplementasikan melalui pemanfaatan sumber daya alam, yang dapat mengurangi biaya produksi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Pemanfaatan sumber daya alam juga bisa menjadi strategi jangka panjang yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Industri rumahan Tropico memanfaatkan sumber daya lokal dengan menggunakan buah carica sebagai bahan utamanya. Buah Carica yang sering ditemukan di dataran tinggi Dieng diolah menjadi manisan dan sirup carica. Pemilik industri rumahan ini awalnya berinisiatif untuk memproduksi buah carica menjadi manisan karena harga jual buah tersebut tidak stabil. Dengan demikian, produk manis Carica memiliki nilai jual yang stabil dan tinggi, memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal dan melestarikan potensi alam yang ada.

Gambar 3 Buah Endemik Carica Dieng



Sumber: Bing Image

#### Keterlibatan masyarakat lokal

Home industry Tropico memperluas timnya dengan berkolaborasi dengan beberapa ibu rumah tangga lokal, meningkat dari 2 karyawan awal menjadi 4 karyawan saat ini. Pembukaan lowongan kerja ini membantu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat, terutama ibu rumah tangga, tanpa batasan usia. Mayoritas pekerja di Tropico adalah ibu rumah tangga berusia 30-50 tahun, memberi mereka kesempatan untuk tetap aktif secara ekonomi tanpa diskriminasi usia. Dari penjualan carica, omzet tertinggi yang diperoleh pemilik Tropico, adalah sekitar Rp 50.000.000 saat lebaran, dengan rata-rata omzet Rp 3.000.000 per bulan. Pemilik mengutamakan tanggung jawab dan pengawasan dengan mendampingi karyawan selama produksi.

Tabel 4 Tantangan *home industry* Tropicco

Nama	Penghasilan sebelum	Penghasilan setelah
Pemilik	1.000.000	6.900.000
Bag. Pengupasan	0	1.225.000
Bag. Pengolahan	900.000	1.225.000
Bag. Produksi Sirup	900.000	1.255.000
Bag. Pengemasan	750.000	1.255.000

Sumber: Olah Data Penelitian 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan pendapatan dari pemilik dan karyawan industri rumah tangga Tropicco. Pemilik industri rumah tangga Tropicco, melihat pendapatannya meningkat sebesar Rp. 5.990.000 dari pendapatan awal sebelum berusaha, meski terlihat besar, namun angka tersebut masih merupakan *gross margin*, yakni penghasilan sebelum dipotong beban usaha. Ibu Bag. Pengupasan yang awalnya tidak memiliki penghasilan kini memiliki penghasilan sebesar Rp 1.225.000. Penghasilan Ibu Bag. Pengolahan dan Produksi Sirup bertambah sebesar Rp. 325.000, dan pendapatan Ibu Bag. Pengemasan bertambah sebesar Rp. 475.000.

#### Pengembangan Bisnis Melalui Jaringan Reseller sebagai Strategi Investasi

Strategi pengembangan bisnis melalui jaringan reseller adalah cara yang efektif untuk memperluas jaringan pasar dan mengembangkan bisnis. Perusahaan dapat mengurangi biaya produksi dan distribusi serta mengurangi risiko terhadap kebijakan ekonomi dengan menggunakan jaringan reseller. Keberadaan reseller memungkinkan suatu industri untuk mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan konsumen, sehingga dapat memberikan layanan yang lebih efektif dan efisien. Reseller adalah strategi industri rumahan Tropicco dalam memperluas jaringan pemasarannya.

Tabel 5 Tabel Penghasilan Reseller

Nama Reseller Lokal	Penghasilan Sebelum	Penghasilan Setelah
Bu Eni	2.100.000	2.250.000
Bu Fitri	2.350.000	2.850.000
Bu Ema	0	220.000

Sumber: Olah Data Penelitian 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan ekonomi reseller industri rumah tangga Tropicco. Ibu Eni adalah penjual jajanan di pasar, penghasilannya bertambah Rp 150.000. Ibu Fitri membuka toko kelontong di rumah, penghasilannya bertambah Rp 500.000, dan Ibu Ema yang awalnya tidak memiliki penghasilan kini memiliki penghasilan Rp 220.000.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *home industry* Tropicco memiliki 3 strategi dalam mengembangkan usahanya. Strategi yang pertama adalah melalui inovasi produk dengan cara menciptakan produk baru, manajemen penjualan yang tepat, dan mempertahankan kualitas produknya. Strategi yang kedua adalah strategi pengembangan usaha berkelanjutan yaitu melalui, pendaftaran PIRT, pemanfaatan sumber daya alam dan pemberdayaan masyarakat lokal. Kemudian strategi yang terakhir adalah strategi pengembangan usaha melalui jaringan reseller dengan 50 reseller dan dari 50 tersebut 3 di antaranya terbukti membantu meningkatkan perekonomian mereka.

#### Tantangan Pengembangan Usaha Tropicco

Dalam menjalankan usaha yang berbasis dari pangan yaitu buah carica, *home industry* Tropicco melewati berbagai macam tantangan dalam eksistensinya menjual produk agar produknya diminati banyak konsumen. Beragam pendapat diungkapkan oleh pemilik usaha, karyawan di bidang usaha yang berbeda-beda, dan konsumen. Dari yang bidang pengupasan, pengolahan, pembuatan sirup, dan pengemasan. Oleh karenanya, peneliti hanya akan menulis tantangan yang dialami dan ditemukan oleh informan dengan berbagai bidang pekerjaannya. Secara umum tantangan tersebut dapat dibagi menjadi dua, internal dan eksternal, berikut tabel rangkumannya.

Tabel 6 Tantangan *home industry* Tropicco

Tantangan Internal	Tantangan Eksternal
Permintaan ( <i>demand</i> ) Musiman	Persaingan Kualitas Produk
Kapasitas Produksi	Persaingan Harga
Penundaan dalam Konsinyasi	Ketersediaan Bahan Baku
	Adaptasi Teknologi

Sumber: Olah Data Penelitian 2024

### **Tantangan Internal**

#### **a. Permintaan Musiman**

Penyusutan permintaan menjadi tantangan yang sering kali ditemukan oleh *home industry*. Penurunan ini, sering terjadi pada periode tertentu. Dalam *home industry* makanan kerap kali penurunan terjadi setelah musim lebaran. Hal tersebut tentu dapat menyebabkan penurunan pendapatan yang signifikan dan dapat mempengaruhi stabilitas keuangan serta kapasitas produksi *home industry* itu sendiri.

#### **b. Kapasitas Produksi**

Kapasitas produksi yang terbatas juga menjadi tantangan yang dialami oleh *home industry* Tropico. Ketika menjelang lebaran tahun kemarin, *home industry* Tropico membatalkan 500 pesanan karena kurang luasnya tempat produksi, dan tidak memungkinkan kembali untuk menambah karyawan. Pemilik *home industry* mengungkapkan bahwa beliau sebetulnya bisa saja membangun pabrik yang lebih besar dan menggunakan teknologi yang lebih canggih. Namun, karena banyaknya permintaan hanya terjadi di momen-momen tertentu, sehingga beliau tidak ingin mengambil keputusan yang nantinya lebih merugikan usahanya.

#### **c. Penundaan dalam Konsinyasi**

Adanya sistem konsinyasi dalam pemasaran produk carica menjadikan tantangan selanjutnya yang dialami oleh Tropico. Sistem konsinyasi merupakan perjanjian pada kedua belah pihak, yang mana salah satu pihak sebagai pemilik barang, menyerahkan barang dagangannya ke pihak tertentu hingga kemudian akan mendapatkan komisi dari setiap penjualan. Penundaan pembayaran dapat mengganggu arus kas dan operasi harian *home industry*. Tantangan ini juga membatasi *home industry* kemampuan mereka untuk pengembangan lebih lanjut.

Pemilik mengungkapkan bahwa pada *home industry* Tropico memberikan kemudahan bagi para reseller dengan tidak memerlukan uang muka dan memberikan kesempatan untuk membayar setelah barang terjual. Tentunya diperlukan kepercayaan yang tinggi karena pernah terjadi kasus penipuan oleh reseller yang kurang amanah. Beliau mengungkapkan bahwa setelah itu reseller tersebut tidak diizinkan kembali untuk bergabung menjadi reseller. Hal ini, berlaku untuk semua reseller yang kurang amanah.

### **Tantangan Eksternal**

#### **1. Persaingan Kualitas Produk**

*Home industry* menghadapi tantangan berupa persaingan produk. Banyak kompetitor menawarkan produk dengan kualitas dan inovasi yang menarik. Situasi ini membuat *home industry* harus terus berinovasi agar tidak kalah bersaing. Mereka juga perlu meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi harapan pelanggan.

Pasar yang kompetitif merupakan hal yang baik dalam persaingan produk dalam berdagang, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pada *home industry* Tropico, tantangan yang dialami mereka pada persaingan produk adalah para kompetitor, yang mana para kompetitor menciptakan produk menggunakan bahan baku yang kurang berkualitas sehingga penjualan setiap produk bisa lebih murah, sedangkan pada produk Tropico mereka menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga menyebabkan harga jual produk harus disesuaikan dengan modal, selain itu persaingan produk yang dialami Tropico yaitu pada inovasi produk mereka sendiri, di mana Tropico mempunyai inovasi produk yang dibuat oleh mereka sendiri, kemudian menjadi banyak diikuti oleh *home industry* lainnya.

#### **2. Persaingan Harga**

*Home industry* menghadapi tantangan berupa persaingan harga. Banyak pesaing menawarkan produk serupa dengan harga yang lebih rendah. Hal ini membuat *home industry* sulit menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Mereka harus menekan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas untuk tetap kompetitif.

Tantangan lainnya yang dihadapi oleh *home industry* Tropico adalah persaingan harga yang ketat lingkungan pasar yang kompetitif memaksa para pelaku usaha, termasuk *home industry* Tropico, untuk berjuang dalam persaingan harga rendah untuk menarik para pelanggan. Mereka harus menciptakan keunggulan harga yang kompetitif dengan mengoptimalkan biaya produksi, memilih bahan baku berkualitas, dan mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif. *Home industry* Tropico juga harus menawarkan produk berkualitas tinggi dan memberikan pelayanan yang luar biasa untuk mempertahankan keunggulan mereka. Selain itu, mereka harus memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan mereka.

#### **3. Keterbatasan Bahan Baku**

*Home industry* menghadapi tantangan berupa bahan baku yang musiman. Ketersediaan bahan baku yang terbatas pada waktu tertentu menyulitkan produksi secara konsisten. Hal ini menyebabkan fluktuasi dalam kapasitas produksi dan pendapatan. Ketidakpastian dalam pasokan bahan baku juga mempengaruhi kualitas produk akhir. Apalagi ketika permintaan produksi yang tinggi tidak dibarengi dengan kapasitas bahan baku yang tinggi menyebabkan keterlambatan dalam pemenuhan pesanan. Situasi ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan merusak reputasi *home industry*. Selain itu, biaya produksi bisa meningkat karena harus mencari bahan baku dari sumber alternatif. Hal ini juga mempersulit perencanaan produksi yang efisien.



Ketersediaan bahan baku berupa buah carica sangat dipengaruhi oleh faktor cuaca. Tanaman carica yang dikenal menjadi tanaman khas, hanya bisa ditemukan di beberapa tempat saja, seperti dataran tinggi Dieng menjadikan ketersediaan buah carica cenderung terbatas pada waktu-waktu tertentu dalam setahun. Selain itu, harga buah carica juga tidak stabil dan dapat berubah-ubah mengikuti kondisi pasar. Hal tersebut, sangat mempengaruhi biaya produksi dan keuntungan yang dihasilkan oleh *home industry* Tropicco.

#### 4. Adaptasi Teknologi

*Home industry* menghadapi tantangan berupa kurangnya pengetahuan dalam penggunaan teknologi informasi. Keterbatasan ini menghambat kemampuan mereka untuk memasarkan produk secara online. Selain itu, efisiensi operasional mereka juga terpengaruh karena tidak memanfaatkan teknologi secara optimal. Hal ini menyebabkan mereka kalah bersaing dengan usaha lain yang lebih terampil dalam teknologi informasi.

Kurangnya keterampilan dalam menggunakan platform online, media sosial, utamanya market place mengakibatkan keterbatasan dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan kompetitivitas juga dialami oleh Tropicco. *Home industry* Tropicco pernah dibantu oleh mahasiswa KKN dalam pembuatan media sosial, namun tidak lagi dilanjutkan karena keterbatasan pengetahuan. Mereka hanya mengandalkan aplikasi WhatsApp dan reseller dalam pemasaran. Hal tersebut mengakibatkan jangkauan pemasaran yang kurang luas dibandingkan dengan pengusaha lain yang menguasai pengetahuan mengenai market place. Selain itu, hanya di momen-momen tertentu penjualan pada *home industry* Tropicco mengalami peningkatan.

Dari uraian diatas disimpulkan bahwa ada faktor yang menjadi tantangan *home industry* Tropicco dalam menjalankan usahanya. Tantangan tersebut dibagi menjadi tantangan eksternal dan tantangan internal. Tantangan eksternal yang dihadapi oleh *home industry* Tropicco adalah persaingan produk, persaingan harga, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan teknologi informasi, dan bahan baku yang musiman. Kemudian tantangan selanjutnya adalah berasal dari faktor internal yaitu penyusutan permintaan setelah lebaran, kapasitas produksi yang terbatas, dan adanya sistem konsinyasi.

#### KESIMPULAN

UMKM yang memiliki peran krusial dalam resiliensi ekonomi Indonesia, utamanya bagi masyarakat kelas menengah ke bawah. *Home industry* yang merupakan usaha rumahan skala kecil termasuk dalam UMKM, telah menyerap tenaga kerja, membantu meningkatkan ekonomi masyarakat, dan berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dari segi ekonomi maupun keterampilan, dengan mengoptimalkan waktu luang dalam kegiatan produktif. Penelitian ini memotret salah satu *home industry* yang terletak di Desa Gembol, Kec. Pajawaran, Banjarnegara, bernama Tropicco. Tropicco merupakan bisnis F&B yang mengolah buah endemic Dieng, Carica, menjadi produk oleh-oleh. Tidak hanya mendatangkan keuntungan material, kehadiran Tropicco menjadi solusi bagi petani Carica yang kerap kali kesulitan menjual hasil panen mereka, bahkan tidak jarang mengalami kerugian akibat penumpukan barang. Inovasi produk tersebut kemudian menjadi viral dan digemari masyarakat luas, terutama para pengunjung wisata. Meski memiliki struktur sederhana, bisnis ini dapat tetap berkembang dengan beberapa strategi. Yakni, Inovasi produk, Pejualan terstruktur, dan Quality Control yang ketat. Selain itu untuk memastikan keberlanjutan bisnis, Tropicco mengupayakan beberapa hal, yakni, mengupayakan NIB dan sertifikasi halal produk, memaksimalkan sumber daya alam, dan melibatkan masyarakat lokal. Perpaduan antara strategi pengembangan dan upaya keberlanjutan bisnis, membawa dampak positif bagi Tropicco maupun orang-orang yang terlibat, terbukti dengan adanya peningkatan pendapatan para karyawan, maupun reseller.

Namun, sebagaimana bisnis lainnya, Tropicco menghadapi beberapa tantangan dalam operasi bisnis. Tantangan tersebut berasal dari internal maupun eksternal usaha. Tantangan internal Tropicco adalah permintaan musiman yang biasanya baru melonjak pada momentum lebaran, kapasitas produksi juga terbatas sehingga terkadang Tropicco harus menolak beberapa pesanan, dan terakhir keterlambatan pelunasan konsinyasi para riseleer. Sedangkan tantangan eksternal terletak pada persaingan kualitas produk dalam mengkreasikan olahan buah Carica, persaingan harga utamanya ketika bahan pokok produk yaitu buah Carica mengalami kelangkaan mengingat Carica merupakan buah endemic Dieng, dan terakhir adalah lambatnya adaptasi teknologi karena belum ada SDM yang mampu mengoptimalkannya bagi bisnis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Administrator, "UMKM Tumbuh dan Tangguh" Indonesia.go.id UMKM Tumbuh dan Tangguh, diakses pada tanggal 18 September 2023.
- Afiyah, Abidatul, Muhammad Saifi, Dwiattanto, "Analisis Studi Kelayakan Usaha Pendirian *Home industry* (Studi Kasus Pada *Home industry* Cokelat "Cozy" Kademangan Blitar)", Jurnal Administrasi Bisnis, vol. 23: 1, 2015.
- Afridhal, Muhammad, "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalangan Kabupaten Bireuen", Jurnal Sains Pertanian, vol.1: 3, 2017.
- Anggraeni, Cynthia dan Bambang Haryadi, "Analisis Business Development Pada PT Century Bearindo International Surabaya Dengan Strategic Entrepreneurship", vol. 5: 1, 2017.



- Ashariyadi, mewujudkan UMKM Berdaya Saing di Era MEA. Masyarakat ASEAN: Geliat UMKM Di Era MEA, 4–5, 2016.
- Baswir, Revrisond, "Tantangan Dan Peluang Pengembangan Usaha Kecil Dalam Era Perdagangan Bebas", Jurnal Ekonomi dan Bisnis, vol. 13:1, 1998.
- Bungin, Burhan, Penelitian Kualitatif, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- David, Fred, Manajemen Strategis Konsep, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah, "Data UMKM Per Kab/Kota", <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/data/umkm-kabkota>, diakses pada 20 September 2023.
- Doriza, Shinta, Ekonomi Keluarga, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Fidela, Alifah, Aprinaldi Pratama, Tita Nursyamsiah, "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang", Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat, vol. 2: 3, 2020.
- Fatria, Muhammad Akbar, Strategi Pengembangan Industri Rumahtangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram)", JOM Fekon, vol: 4: 1, 2017.
- Gunartin, Denok Sunarsi, Syafaatul Hidayati, "Peningkatan Ekonomi Keluarga Melalui Pemberdayaan Masyarakat Dengan Membuat Sandal Hias", Jurnal Pengabdian, vol. 1: 2, 2019.
- Hamali, Arif Yusuf, Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Hamdi, Khairil dan Dorris Yadewani, "Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif", Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, vol. 3, 2019.
- Hanum, Nurlaila, Safuridar, "Analisis Kondisi Sosial Ekonomi Keluarga terhadap Kesejahteraan Keluarga di Gampong Karang Anyar Kota Langsa", Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, vol. 9:1, 2018.
- Hatta, Sissah, Anzu Elvia Zahara, "Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Pada Usaha Kerupuk Ikan SPN di Kelurahan Tanjung Sari, Kecamatan Jambi Timur, Kota Jambi", Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi, vol. 1: 1, 2023.
- Herawati, Tin, Fatma Putri Sekaring Tyas, Lely Trijayanti, "Tekanan Ekonomi, Strategi Koping, Dan Ketahanan Keluarga yang Menikah Usia Muda", Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen, vol. 10: 3, 2017.
- Humairah, Silfa, "Wisata Kebun Raya Dieng, Carica Raksasa Hingga Menara Eiffel Mini! ,Guideku.com, Wisata Kebun Raya Dieng, Carica Raksasa Hingga Menara Eiffel Mini! - GuideKu.com, diakses pada 20 September 2023.
- Kelaparan, J. Davud dan Thomas L. Wheelen, Manajemen Strategi, 2003.
- Idayua, Riyanthi dkk., "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, vol.7: 1, 2021.
- Indonesia Baik, "Tahun 2030 PDB PPP Indonesia Peringkat ke-4" Tahun 2030 PDB PPP Indonesia Peringkat ke-4 | Indonesia Baik, diakses pada tanggal 18 September 2023.
- Irawati, Rina, "Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil", Jurnal JIBEKA, vol. 12 No. 1 Tahun 2018, Jawa Timur: LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Asia Malang, 2018.
- Jannah, Firda Miftakhul, "Peningkatan Ekonomi Di Tengah Pandemi Dalam Menunjang Pergerakan Pertumbuhan Ekonomi Di Surabaya", Jurnal Inovasi Penelitian. vol.1 No.7, Desember 2020.
- Kasih, Yulizar dan Charisma Ayu P, "Strategi Pengembangan Usaha Keluarga Skala Mikro di Kota Palembang", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, vol. 9:1, 2021.
- KBBI, Arti kata tingkat - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, diakses pada 21 September 2023.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, "UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia" UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, diakses pada tanggal 18 September 2023.
- Marlinah, Lili, "Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif", vol. 17: 2, 2017.
- Matins, Astri Lady, Peranan Manajemen Dalam Pengembangan *Home industry* Studi Kasus pada Salah Satu Home industri di Kota Kupang", E-Journal Undana Universitas Cendana Kupang, vol. 8: 1, 2019.
- Miles dan Matthew B, Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru, Yogyakarta: UIN Press, 1992.
- Naufalin, Lina Rifda, "Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di Kabupaten Banyumas", Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, vol. 22: 1, 2020.
- Patilima, Hamid, Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 87/M-Ind/Per/9/2009 Tentang Sistem Harmonisasi Global Klasifikasi Dan Label Pada Bahan Kimia, Bab 1 Pasal 1 Ayat (1).
- Permana, Sony Hendra, "Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Di Indonesia", vol. 8: 1, 2017.
- Purwanti, Ika dan Umar Yeni Suyanto, "Pendekatan Manajemen Strategi dalam Pengembangan Sektor UMKM di Kabupaten Lamongan", Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), vol. 5: 1, 2021.

- Rachmat, Manajemen Strategik, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014).
- Rahmadani, Suci, "Analisis Strategi Pengembangan Umkm Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik)", Jurnal Pengabdian Masyarakat, vol. 2: 3, 2021.
- Ramadhan, Ari Taliq, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kelurahan Yosodadi Kecamatan Metro Timur", Jurnal Manajemen , vol. 2: 4, 2022.
- Rangkuti, Freddy, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rogoff, Edward G., Myung-soo Lee, dan Dong-Churl Suh, ""Siapa yang Melakukannya?" Atribusi oleh Pengusaha dan Ahli Faktor-Faktor yang Menyebabkan dan Menghambat Keberhasilan Bisnis Kecil", Jurnal Manajemen Bisnis Kecil, 2004.
- Sandra, Alex dan Edi Purwanto, "Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Jakarta", Jurnal Manajemen Bisnis, vol.11: 1, 2015.
- Sari, Fifi Permatasari, dkk., Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Teori & Studi Kasus, Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Sugiarti, Endang, dkk., Manajemen Strategi, Banten: Universitas Pamulang.
- Sumarno, Muhammad, "Tingkat Adopsi Inovasi Teknologi Pengusaha Sentra Industri Kecil Kerajinan Gerabah Kasongan Kabupaten Bantul", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, vol. 12: 1, 2010.
- Suminartini dan Susilawati, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Bidang Usaha *Home industry* Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat", Comm-Edu (Jurnal Pendidikan Masyarakat), vol. 3: 3, 2020.
- Sumodiningrat, Gunawan, Membangun Perekonomian Rakyat, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Syahputra dan Rinaldi, "Analisis Faktor faktor yang mempengaruhi pertumbuhan Ekonomi di Indonesia", Jurnal Samudra Ekonomika, vol: 1, 2017.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiadi Akbar, Metodologi Penelitian Sosial, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Yuniarsih, Yuyun dan Enok Risdayah, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui *Home industry*", Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, vol. 6: 3, 2021.