

## Inovasi Usaha Lokal: Strategi Pemberdayaan Melalui Kripik Biji Nangka Di Desa Bantaragung Majalengka

Balkis Nur Azizah<sup>1</sup>, Nurul Maulidah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Trenggalek, Indonesia

<sup>2</sup>UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

E-mail: <sup>1</sup>[balkisnuraziza@gmail.com](mailto:balkisnuraziza@gmail.com), <sup>2</sup>[nmaulidah23@gmail.com](mailto:nmaulidah23@gmail.com)

### Abstrak

*Kripik biji Nangka adalah inovasi produk olahan yang terbuat dari biji nangka yang diiris tipis dan dikeringkan. Proses pembuatannya melibatkan langkah-langkah khusus untuk menciptakan rasa yang unik dan tekstur yang renyah dengan menggunakan teknik rebus dalam pengolahannya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam tentang potensi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha lokal dapat menciptakan strategi yang lebih efektif untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan mendapatkan wawasan dari komunitas lokal desa Wisata Bantaragung Majalengka dengan metode survei partisipatif. Sehingga sumber data utama berasal dari observasi lapangan. Data dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha kripik biji nangka di desa Wisata Bantaragung Majalengka. Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang potensi dan strategi pemberdayaan. Usaha ini tidak hanya menciptakan produk bernilai tinggi tetapi juga menjadi motor pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Permintaan pasar terus meningkat dengan menggunakan strategi pemasaran melalui sosial media, sehingga para pengusaha harus terus meningkatkan kapasitas produksi melalui investasi dalam mesin modern dan pelatihan tenaga kerja.*

**Kata kunci:** *Kripik, Biji Nangka, Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat*

### Abstract

*Jackfruit seed chips are an innovative processed product made from thinly sliced and dried jackfruit seeds. The manufacturing process involves special steps to create a unique flavour and crunchy texture by using the boiled technique in the processing. This research aims to understand more about the potential and challenges faced by local businesses to create more effective strategies to support sustainable local economic development. The researcher used a qualitative approach with descriptive research type and gained insights from the local community of Bantaragung Majalengka Tourism village with participatory survey method. So that the main source of data comes from field observations. The data was analysed using SWOT analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the jackfruit seed chips business in Bantaragung Majalengka Tourism village. From the results of the research conducted, the researcher can conclude that this study provides an in-depth understanding of the potential and strategy of empowerment. This business not only creates high-value products but also fuels local economic growth and community empowerment. Market demand continues to increase using marketing strategies through social media, so entrepreneurs must continue to increase production capacity through investment in modern machinery and labour training.*

**Keywords:** *Chips, Community Development, Empowerment, Jackfruit Seeds*

## PENDAHULUAN

Kripik biji Nangka merupakan kuliner yang masing terbilang langka di pasar domestic maupun manca negara (Muljawan & Pradana, 2016). Pernyataan tersebut didukung dengan data yang menunjukkan bahwa pemanfaatan biji Nangka dalam bidang pangan masih terbilang cukup rendah dengan persentase sekitar 10% (Umagapi & Purwani, 2017). Karena hal tersebut biji Nangka menjadi peluang yang bagus bagi para masyarakat mengingat potensi besar yang dimiliki biji nangka sebagai sumber daya local yang bernilai tinggi (Sandra Maleachi et al., 2023).

Biji Nangka merupakan merupakan limbah dari buah Nangka yang memiliki kandungan fosfor dan kalsium yang tinggi dibandingkan biji durian. Sedangkan keripik biji Nangka adalah inovasi produk olahan yang terbuat dari biji nangka yang diiris tipis dan dikeringkan. Proses pembuatannya melibatkan langkah-langkah khusus untuk menciptakan rasa yang unik dan tekstur yang renyah dengan menggunakan teknik rebus dalam pengolahannya. Cara pembuatannya melibatkan pemilihan biji nangka berkualitas tinggi, proses pengeringan yang tepat, dan penambahan bumbu yang

memberikan cita rasa khas (Tasmalia et al., 2023). Meski terbilang baru, namun produk ini telah menjadi tren kuliner yang sedang naik daun dan menarik perhatian pasar.

Potensi besar dari biji nangka belum sepenuhnya dieksplorasi, namun sudah cukup terbilang eksis karena usaha tersebut mulai dicoba dan dikembangkan masyarakat, salah satunya desa Wisata Bantaragung Majalengka. Desa Wisata Bantaragung menjadi lokasi penelitian yang menarik untuk menggali lebih dalam dengan pertimbangan dari eksplorasi langkah-langkah inovatif yang diambil oleh komunitas lokal untuk meningkatkan produksi dan pemasaran kripik biji Nangka (Madani et al., 2023). Data hasil survei partisipatif dan wawancara mendalam menjadi dasar untuk mengidentifikasi faktor kunci keberhasilan yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha serupa di daerah lain.

Inovasi usaha lokal saat ini menjadi salah satu fokus utama dalam pengembangan ekonomi masyarakat pedesaan. Hal ini didorong oleh kebutuhan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya lokal secara optimal. Di Desa Bantaragung, Majalengka, salah satu inovasi yang menonjol adalah pengolahan biji nangka menjadi produk kripik yang bernilai ekonomi. Biji nangka, yang sebelumnya dianggap sebagai limbah, kini diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual tinggi, membuka peluang usaha baru bagi masyarakat. Inovasi ini tidak hanya mendongkrak ekonomi lokal tetapi juga memberikan alternatif usaha yang ramah lingkungan serta memberdayakan masyarakat setempat, terutama kalangan perempuan yang terlibat dalam proses produksi.

Dalam konteks ini, pemberdayaan melalui inovasi usaha lokal seperti kripik biji nangka memiliki dampak yang signifikan terhadap penguatan ekonomi rumah tangga. Melalui pelatihan keterampilan dan dukungan akses pasar, masyarakat Desa Bantaragung didorong untuk berinovasi dan mengembangkan produk-produk berbasis potensi lokal. Menurut Nugraha dan Setiawan (2023), usaha kecil yang berbasis sumber daya lokal memiliki potensi untuk bertahan lebih lama dan beradaptasi dengan perubahan pasar jika didukung oleh strategi yang tepat. Oleh karena itu, inovasi seperti ini juga mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas serta memperkuat ekonomi berbasis komunitas.

Sejauh ini, penelitian yang mengkaji keripik biji Nangka cenderung fokus dua hal. *Pertama*, keripik biji Nangka dikaji dengan menganalisis proses pembuatannya (Madani et al., 2023; Maleachi, Tasmalia, Madeline, & Valerie, 2023; Maleachi, Tasmalia, Madeline, Valerie, et al., 2023; Sandra Maleachi et al., 2023; Tasmalia et al., 2023) . *Kedua*, keripik biji Nangka dianalisis untuk mengetahui kandungan gizi yang terdapat di dalamnya pada proses pembuatan (Adikhairani, 2012; Ernes & Wardani, 2014; Muljawan & Pradana, 2016; Umagapi & Purwani, 2017). Meninjau penelitian sebelumnya, posisi penelitian adalah untuk melanjutkan dan mengembangkan dengan mengisi celah menganalisis dari segi memberdayakan usaha local dan memberikan kontribusi pada pemahaman lebih lanjut tentang potensi pengembangan produk olahan lokal di tingkat desa.

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa pengembangan usaha lokal, terutama melalui inovasi dalam produk olahan seperti kripik biji Nangka dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat di tingkat desa. Asumsi ini mendasari bahwa dengan memahami lebih dalam tentang potensi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha local dapat menciptakan strategi yang lebih efektif untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi usaha lokal yang diterapkan dalam pemberdayaan masyarakat melalui produksi kripik biji nangka di Desa Bantaragung, Majalengka. Secara khusus, penelitian ini berfokus pada identifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan usaha lokal ini, termasuk pengembangan produk, peningkatan keterampilan masyarakat, serta akses terhadap pasar yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana inovasi ini berdampak terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga dan menciptakan lapangan kerja baru di desa tersebut.

## **METODE**

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan agar peneliti mendapatkan hasil yang detail, jelas dan

gambang berdasarkan data-data yang sudah didapatkan dan kemudian di analisis secara spesifik (Anggito & Johan, 2018). Metode survei partisipatif digunakan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam (Kristanto, 2018) dari komunitas lokal desa Wisata Bantaragung Majalengka. Pendekatan ini memungkinkan untuk menggali persepsi dan pengalaman langsung dari pelaku usaha dan masyarakat setempat. Sumber data utama berasal dari observasi lapangan, dan dokumentasi terkait produksi dan pemasaran kripik biji nangka.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan dengan pemilik usaha, petani lokal, dan konsumen. Survei partisipatif juga dilakukan untuk melibatkan seluruh komunitas dalam identifikasi kebutuhan dan potensi lokal. Data kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengelompokan tematik untuk mengidentifikasi pola dan tren dalam proses produksi dan pemasaran. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha kripik biji nangka di desa Wisata Bantaragung Majalengka.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Biji Nangka merupakan merupakan limbah dari buah Nangka yang memiliki kandungan fosfor dan kalsium yang tinggi dibandingkan biji durian. Sedangkan keripik biji Nangka adalah inovasi produk olahan yang terbuat dari biji nangka yang diiris tipis dan dikeringkan. Proses pembuatannya melibatkan langkah-langkah khusus untuk menciptakan rasa yang unik dan tekstur yang renyah dengan menggunakan teknik rebus dalam pengolahannya. Cara pembuatannya melibatkan pemilihan biji nangka berkualitas tinggi, proses pengeringan yang tepat, dan penambahan bumbu yang memberikan cita rasa khas (Tasmalia et al., 2023). Meski terbilang baru, namun produk ini telah menjadi tren kuliner yang sedang naik daun dan menarik perhatian pasar.

Desa Wisata Bantaragung Majalengka Desa Bantaragung merupakan desa wisata yang memiliki keindahan alam yang dikembangkan oleh Kelompok Masyarakat Sadar Wisata (POKDARWIS) Agung Mandiri. Berada di lokasi Sindangwangi, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat dengan luas wilayah 42,72km<sup>2</sup>. Desa Wisata Bantaragung berjarak 24 km dari pemerintahan Kabupaten Majalengka dan 51 km dari Bandara

Internasional Jawa Barat. Di sekitar Desa terdapat berbagai destinasi wilayah seperti Curug Cipeuteuy, Ciboer Pass, Bumi Perkemahan Awilega. Curug Cipeuteuy merupakan air terjun yang berada di kawasan hutan pinus sehingga memiliki udara yang segar dan jernih. Di dalam Desa Wisata Bantaragung terdapat sebuah pasar wisata yang menjual berbagai produk UMKM warga. Selain mengandalkan pengunjung, produk UMKM juga dipromosikan dan dijual melalui sosial media seperti Instagram dan Facebook Desa Wisata Bantaragung (Maleachi, Tasmalia, Madeline, Valerie, et al., 2023). Berikut adalah hasil yang sudah dianalisis oleh peneliti berdasarkan kondisi produksi dan pemasaran kripik biji Nangka, strategi pemasaran, dan strategi pengembangan bisnis kripik biji nangka:

### 1. Kondisi Produksi dan Pemasaran Kripik Biji Nangka

Produk biji Nangka di desa Bantaragung Majalengka telah mencapai 500 kg produksi bulanan dengan pasar permintaan bulanan 800kg, dan memiliki kondisi kapasitas produksi dengan total 700kg. Para penjual memberikan kesepakatan untuk menetapkan harga jual dengan rata-rata Rp20,000/kg. Desa tersebut menggunakan sosial media sebagai media pemasaran. Berikut tabel yang menunjukkan kondisi produksi dan pemasarannya:

**Tabel 1. Kondisi dan Pemasaran Kripik Biji Nangka**

<b>Variabel</b>	<b>Data</b>
Produksi Bulanan	500 kg
Permintaan Pasar Bulanan	800 kg
Kapasitas Produksi	700 kg
Rata-rata Harga Jual	Rp 20,000/kg

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diartikan bahwa produksi bulanan di desa tersebut mencapai 500kg, meskipun produksi dibidang terbatas, namun permintaan pasar mencapai 800kg dalam waktu sebulan yang berarti menciptakan peluang untuk meningkatkan kapasitas produksi. Adanya hambatan seperti kurangnya tenaga kerja dan alat yang masih sederhana berimbas pada kapasitas produksi yang belum bisa memenuhi permintaan pasar bulanan sehingga diperlukan adanya peningkatan untuk memenuhi potensi pasar yang lebih besar.

Harga jual yang telah disepakati berkisar Rp. 20.000/kg yang mana mampu menciptakan nilai tambah yang layak bagi pelaku usaha.

## 2. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial

Strategi pemasaran merupakan langkah membuat keputusan tentang biaya pemasaran dari anggaran pemasaran, dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan yang diantisipasi (Astuti & Ratnawati, 2020; Yudityawati & Fitriyah, 2022). Perkembangan zaman, kemajuan globalisasi, serta generasi millennial menjadikan segala hal berbasis elektronik, termasuk dalam hal penjualan (Faizah, 2019). Salah satu sarana elektronik tersebut yakni penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran, dalam hal tersebut aplikasi Instagram (Pranata & Amaranti, 2021), Facebook (Taryono, 2023) dan TikTok (Azhari & Ardiansah, 2022) menjadi alat jitu untuk memasarkan produk keseluruh dunia tanpa harus mengeluarkan biaya transportasi yang cukup banyak (Nasution, 2021). Desa Wisata Bantaragung Majalengka memanfaatkan SDM anak muda di sana untuk membantu mempromosikan keripik biji Nangka, berikut lebih detail strategi dan implementasi yang dipakai:

**Tabel 2. Strategi Pemasaran Kripik Biji Nangka**

<b>Strategi</b>	<b>Implementasi</b>
Pembuatan Konten Berkualitas	Posting reguler tentang proses produksi dan keunikan produk melalui Instagram dan Facebook.
Kemitraan dengan Influencer	Kerjasama dengan influencer lokal untuk meningkatkan visibilitas.

Tabel di atas menunjukkan strategi pemasaran melalui media sosial terutama melalui platform Instagram, Facebook, dan Tiktok, membuktikan keberhasilannya dalam meningkatkan visibilitas produk. Pembuatan konten berkualitas dan kemitraan dengan *influencer* local (endorse) menjadi strategi efektif untuk menarik perhatian konsumen. Meskipun demikian, perlu perhatian ekstra terkait dengan konsistensi dalam pemeliharaan kehadiran daring dan peningkatan keterlibatan konsumen.

Dalam memasarkan produk melalui Instagram dan Facebook, pengusaha dapat melakukan dengan membuat profil yang menarik dan memberikan postingan

berupa video atau gambar dengan kualitas tinggi sehingga dapat membuat minat para visitor halaman postingan tersebut. Pengusaha bisa mengajak kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan kredibilitas produk dan testimoni dari para *influencer*. Untuk meningkatkan keterlibat dengan konsumen selain melalui postingan dapat juga dilakukan melalui tanya jawab dalam *story* dan menggunakan iklan yang lebih terarah pada Facebook untuk mencapai target audiens yang sesuai dari segi minat dan demografi.

Penggunaan TikTok sebagai media pemasaran semakin meingkat seiring berkembangnya aplikasi dan teknologi masa kini, pengusaha dapat memposting video tutorial atau proses pembuatan kripik biji Nangka dengan penambahan *soundtrack* yang menarik. Selain berkolaborasi dengan *influencer*, pengusaha dapat membuat dan menambahkan *hashtag* pada caption setiap postingan sebagai kampanye TikTok dan mendorong para pengguna TikTok untuk menggunakannya.

Proses peningkatan pemasaran melalui sosial media memang penting, namun hal yang tidak kalah penting lagi ialah memahami konsumen atau audiens sehingga ketika memberikan dan memposting konten diperlukan interaksi secara aktif untuk membangun kepercayaan audiens sebagai bahan keterlibatan dengan konsumen atau audiens yang terus berkelanjutan.

### 3. Analisis SWOT Kripik Biji Nangka

**Tabel 3. Analisis SWOT Kripik Biji Nangka**

Aspek	Kondisi Internal (I) / Eksternal (E)	Kekuatan (S) / Kelemahan (W) / Peluang (O) / Ancaman (T)
Bahan Baku Lokal	I - S	Pemanfaatan biji nangka berkualitas tinggi sebagai bahan baku utama.
Infrastruktur	I - W	Keterbatasan infrastruktur yang mempengaruhi distribusi dan produksi.
Keahlian Lokal	I - S	Keahlian masyarakat lokal dalam proses produksi.
Akses Pasar	E - O	Peluang meningkatnya permintaan pasar regional untuk produk lokal.
Varietas Produk	I - S	Potensi diversifikasi varian kripik biji nangka.
Persaingan Lokal	E - T	Ancaman persaingan dari produk sejenis lokal yang mungkin muncul.

Tabel analisis SWOT di atas digunakan dengan tujuan sebagai kekuatan dalam menetapkan sebuah strategi dengan memanfaatkan peluang serta mengambil

keputusan dan mengatasi kelemahan yang ada sehingga dapat dijadikan sebagai kekuatan untuk meminimalisir dan menghindari ancaman serta kelemahan yang ada.

Berdasarkan tabel yang sudah dipaparkan bahwa analisis SWOT mengidentifikasi beberapa aspek kunci yakni keahlian lokal dalam produksi menjadi kekuatan internal, sementara keterbatasan infrastruktur dan persaingan lokal menjadi kelemahan dan ancaman. Pemanfaatan bahan baku lokal berkualitas tinggi dan potensi diversifikasi produk memberikan peluang untuk pengembangan usaha. Ini menunjukkan bahwa untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan, perlu fokus pada kekuatan internal dan peluang eksternal, serta penanganan kelemahan dan ancaman.

#### 4. Strategi Pengembangan Usaha Kripik Biji Nangka

**Tabel 4. Strategi Pengembangan Usaha Kripik Biji Nangka**

<b>Strategi</b>	<b>Implementasi</b>
Peningkatan Kapasitas Produksi	Melalui investasi mesin modern dan pelatihan untuk meningkatkan efisiensi produksi.
Diversifikasi Produk	Menambah varian rasa dan jenis kripik biji nangka untuk memenuhi selera pasar yang beragam.
Pengembangan Kerjasama Petani	Meningkatkan kolaborasi dengan petani lokal untuk memastikan pasokan biji nangka berkualitas.
Penguatan Online	Melalui pengoptimalan kampanye media sosial, pembaruan reguler, dan kerjasama dengan influencer.

Tabel di atas menngambarkan bahwa strategi pengembangan usaha mencakup peningkatan kapasitas produksi, diversifikasi produk, pengembangan kerjasama dengan petani lokal, dan penguatan promosi online. Investasi dalam mesin modern dan pelatihan akan mendukung peningkatan kapasitas produksi, sementara diversifikasi produk bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang beragam. Kerjasama dengan petani lokal dan promosi online melalui media sosial dapat meningkatkan pasokan bahan baku dan visibilitas produk.

Hasil analisis dan strategi pengembangan usaha kripik biji nangka di desa Wisata Bantaragung Majalengka memberikan pemahaman mendalam tentang potensi dan tantangan. Dalam mengejar pertumbuhan berkelanjutan, penting untuk terus memperkuat kekuatan internal, memanfaatkan peluang eksternal, dan

mengatasi kelemahan serta ancaman. Implementasi strategi yang telah diusulkan, seperti peningkatan kapasitas produksi dan diversifikasi produk, akan membantu meningkatkan daya saing dan kontribusi usaha lokal terhadap ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Pelaku usaha lokal menghadapi kendala dalam memenuhi permintaan pasar menciptakan peluang untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran. Analisis SWOT menyoroti kekuatan dalam pemanfaatan bahan baku lokal yang berkualitas tinggi namun juga mengidentifikasi kelemahan dalam infrastruktur dan akses pasar sehingga kesadaran akan peluang dalam meningkatkan kualitas produk dan diversifikasi varian kripik biji nangka menjadi penekanan dalam strategi pengembangan.

Efektivitas strategi pemasaran melalui media sosial yang diadopsi oleh pelaku usaha. Ditemukan bahwa promosi online berhasil meningkatkan visibilitas produk secara lokal dan regional, mengakibatkan peningkatan penjualan yang signifikan. Dalam konteks ini, perlu diperhatikan bahwa peningkatan produksi tidak hanya memerlukan inovasi teknologi, tetapi juga kolaborasi erat dengan petani lokal. Kesenambungan rantai pasok lokal menjadi kunci untuk meningkatkan ketersediaan bahan baku dan memastikan pertumbuhan berkelanjutan dalam usaha kripik biji nangka. Pengenalan teknologi moderen dalam proses produksi menunjukkan dampak positif terhadap efisiensi dan kualitas produk. Hal ini mendukung keberlanjutan usaha lokal dengan meningkatkan daya saing di pasar yang semakin ketat.

Mengembangkan usaha kripik biji nangka, ditemui beberapa hambatan, seperti kurangnya akses terhadap pembiayaan dan pelatihan keterampilan untuk pelaku usaha. Upaya untuk mengatasi tantangan ini menjadi kunci untuk meningkatkan ketahanan usaha lokal di masa depan. Hasil penelitian ini juga membuka ruang bagi penelitian lebih lanjut tentang pengembangan produk olahan lokal di daerah lain dengan karakteristik serupa. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini bukan hanya terbatas pada desa Wisata Bantaragung Majalengka dapat diterapkan secara lebih luas untuk memperkuat usaha lokal di berbagai konteks. Penting untuk mencatat bahwa kesuksesan usaha kripik biji nangka tidak

hanya diukur dari sisi ekonomi, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan. Usaha ini telah memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi lokal, memperkuat identitas komunitas, dan mendorong pelestarian sumber daya lokal.

Inovasi usaha lokal melalui kripik biji nangka di desa Wisata Bantaragung Majalengka telah berhasil memberdayakan masyarakat, meningkatkan ekonomi lokal, dan membuka peluang baru bagi pengembangan produk olahan lokal di tingkat desa. Penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha lokal, tetapi juga menawarkan pandangan baru terhadap potensi pengembangan produk olahan lokal sebagai motor pertumbuhan ekonomi di tingkat desa. Sebagai implikasi dari penelitian ini, disarankan adanya dukungan lebih lanjut dari pemerintah dan pihak terkait dalam bentuk pelatihan, pembiayaan, dan fasilitasi akses pasar. Hal ini akan memperkuat daya saing usaha lokal dan meningkatkan kontribusi mereka terhadap ekonomi lokal.

terlihat bahwa inovasi usaha lokal berbasis sumber daya alam, seperti kripik biji nangka, memiliki kesamaan dengan inisiatif serupa yang dilakukan di berbagai daerah. Studi oleh Rahayu (2020) tentang usaha keripik singkong di Jawa Tengah, misalnya, menunjukkan bahwa inovasi produk lokal berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat jika didukung oleh pelatihan keterampilan dan akses pasar yang memadai. Temuan penelitian ini menguatkan hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa inovasi kripik biji nangka di Desa Bantaragung, Majalengka, juga berhasil memberdayakan masyarakat, terutama dalam hal peningkatan pendapatan rumah tangga dan keterlibatan perempuan dalam proses produksi. Namun, temuan ini juga menambahkan dimensi baru, yaitu pemanfaatan limbah (biji nangka) yang lebih spesifik sebagai bahan baku, yang belum banyak dibahas dalam studi sebelumnya.

Selain itu, penelitian ini memperkuat temuan dari Nugroho (2021) yang meneliti inovasi usaha lokal di desa-desa lain di Indonesia, di mana faktor keterlibatan komunitas secara aktif dan dukungan dari pemerintah lokal merupakan kunci keberhasilan. Sementara penelitian terdahulu lebih berfokus pada aspek

dukungan eksternal, temuan ini menyoroti pentingnya inisiatif masyarakat sendiri dalam mengembangkan usaha lokal. Dalam konteks kripik biji nangka, masyarakat Desa Bantaragung tidak hanya memanfaatkan potensi lokal tetapi juga secara aktif terlibat dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih lengkap tentang bagaimana inovasi usaha lokal dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi dan sosial di tingkat desa.

Temuan penelitian ini sangat erat kaitannya dengan teori inovasi sosial, yang menekankan pentingnya kreativitas dan kolaborasi dalam menciptakan solusi untuk masalah sosial dan ekonomi lokal. Menurut teori inovasi sosial dari Mulgan (2006), inovasi yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dapat menjadi kekuatan pendorong dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Dalam konteks ini, pengolahan biji nangka menjadi kripik di Desa Bantaragung mencerminkan penerapan inovasi sosial, di mana masyarakat tidak hanya memanfaatkan sumber daya lokal tetapi juga berpartisipasi aktif dalam proses pengembangan usaha. Inovasi ini melibatkan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pengusaha lokal, pemerintah desa, dan masyarakat, yang sejalan dengan konsep inovasi sosial yang mengedepankan solusi kolaboratif.

Selain itu, temuan ini juga berkaitan dengan teori pemberdayaan masyarakat (community empowerment) yang dikemukakan oleh Rappaport (1987). Teori ini menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat terjadi ketika individu dan kelompok mendapatkan kontrol lebih besar atas kehidupan mereka melalui pengembangan kapasitas dan akses terhadap sumber daya. Penelitian ini mendukung konsep tersebut dengan menunjukkan bahwa melalui inovasi kripik biji nangka, masyarakat Desa Bantaragung diberdayakan secara ekonomi dan sosial. Mereka tidak hanya meningkatkan keterampilan dalam produksi dan pemasaran, tetapi juga memperoleh pengakuan dan nilai tambah dalam struktur ekonomi lokal. Sejalan dengan pandangan Rappaport, temuan ini memperlihatkan bahwa inovasi usaha lokal dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan otonomi dan kesejahteraan masyarakat.

## KESIMPULAN

Dalam konteks inovasi usaha lokal melalui kripik biji nangka di Desa Wisata Bantaragung Majalengka, hasil penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang potensi dan strategi pemberdayaan. Keseluruhan pembahasan menggambarkan bahwa usaha ini tidak hanya menciptakan produk bernilai tinggi tetapi juga menjadi motor pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Mengingat permintaan pasar yang terus meningkat, penting untuk terus meningkatkan kapasitas produksi melalui investasi dalam mesin modern dan pelatihan tenaga kerja. Diversifikasi produk dengan menambah varian rasa dan jenis kripik biji nangka dapat menjawab keberagaman selera konsumen. Selain hal tersebut perlu menguatkan kerjasama dengan petani lokal untuk memastikan pasokan biji nangka berkualitas, langkah ini akan mendukung keberlanjutan rantai pasok lokal dan menciptakan dampak positif pada ekonomi petani setempat.

Penguatan promosi online, terutama melalui media sosial, harus diteruskan secara konsisten. Menjaga interaksi dan keterlibatan konsumen melalui konten berkualitas dan kolaborasi dengan influencer lokal dapat memperluas jangkauan pasar. Masyarakat juga perlu meningkatkan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendidikan akan memperkuat kapasitas local, program ini dapat melibatkan aspek-aspek seperti pengelolaan usaha, keuangan, dan teknik produksi. Dengan implementasi saran-saran tersebut, diharapkan inovasi usaha lokal melalui kripik biji nangka di Desa Wisata Bantaragung Majalengka akan terus berkembang, memberikan dampak positif yang lebih besar pada ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal, serta menjadi inspirasi bagi pengembangan usaha serupa di daerah lain.

Implikasi praktis dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi usaha lokal seperti kripik biji nangka dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan bagi desa-desa lain. Pemerintah desa dan lembaga terkait dapat mengadopsi strategi yang serupa dengan memberikan pelatihan keterampilan, akses modal, dan fasilitasi pemasaran kepada masyarakat. Selain itu, pengusaha lokal dapat memanfaatkan potensi sumber daya alam yang selama ini kurang dimanfaatkan untuk menciptakan produk bernilai tambah, seperti kripik biji nangka. Dengan demikian,

model inovasi ini berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan kerja baru, serta memperkuat kemandirian ekonomi desa melalui kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar program inovasi usaha lokal seperti kripik biji nangka di Desa Bantaragung terus didukung dan dikembangkan melalui pelatihan lanjutan dalam manajemen usaha, pemasaran digital, serta pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal. Penting juga untuk memperluas akses pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional, melalui kerja sama dengan pemerintah daerah dan platform e-commerce. Selain itu, perlu adanya diversifikasi produk dari biji nangka untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Dengan terus memperkuat kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta, inovasi ini dapat menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi di daerah-daerah lain.

Penelitian ini memiliki batasan dalam cakupan geografis yang terbatas pada desa Wisata Bantaragung Majalengka. Oleh karena itu, penelitian lanjutan dapat diperluas ke daerah-daerah lain untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang potensi dan hambatan dalam pengembangan produk olahan lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adikhairani. (2012). Pemanfaatan Limbah Nangka ( Biji: Artocarpus Hete Rophyllus, Lmk Dan Dami Nangka ) Untuk Pembuatan Berbagai Jenis Pangan Dalam Rangka Penganekaragaman Penyediaan Pangan. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan Fakultas Teknik Unimed*, 14.
- Anggito, A., & Johan, S. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif - Albi Anggito, Johan Setiawan - Google Buku. In *Cv Jejak*.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2).
- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@Hellofrutivez). *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (Justin)*, 10(1).  
<https://doi.org/10.26418/Justin.V10i1.45284>
- Ernes, A., & Wardani, A. K. (2014). Pembuatan Bioetanol Dari Pati Biji Nangka Oleh *Zymomonas Mobilis Cp4* (Kajian Konsentrasi Inokulum Dan Amonium Sulfat). *Agrina*, 1(1), 5–13.
- Faizah, N. H. (2019). Ukm Dalam Persaingan Di Era Globalisasi Ekonomi. *Upajiw Dewantara*, 3(2). <https://doi.org/10.26460/Mmud.V3i2.4378>
- Kristanto, V. H. (2018). Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (Kti). In *Deepublish Publisher*.
- Madani, T. B., Arif, N., Haya, N., Pitri, Hasbi, A. R., & Samsinar. (2023). Keripik Biji Nangka (Kribika) Bernilai Jual Tinggi. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 127–134.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.36709/Amalilmiah.V4i2.99>
- Maleachi, S., Tasmalia, G. K., Madeline, & Valerie, N. (2023). Pemanfaatan Biji Nangka Sebagai Bahan Utama Pembuatan Keripik, Kefir, Dan Sherbet Sebagai Upaya Diversifikasi Pangan. *Jurnal Sosiologi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(1), 1–14.
- Maleachi, S., Tasmalia, G. K., Madeline, Valerie, N., Felisa, H., & Situmorang, J. M. H.

- (2023). Pelatihan Pembuatan Keripik, Kefir Dan Sherbet Dengan Bahan Dasar Biji Nangka Pada Ibu-Ibu Pkk Di Desa Wisata Bantaragung Majalengka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 3(1), 50–63.
- Mulgan, G. (2006). *The process of social innovation*. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), 145-162.
- Muljawan, R. E., & Pradana, W. R. (2016). Produk Inovasi Kue Dari Limbah Biji Nangka, Sebagai Upaya Diversifikasi Pangan Dan Menambah Penghasilan Keluarga. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 1(1).
- Nasution, A. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(1). <https://doi.org/10.46576/Jbc.V6i1.1484>
- Nugroho, T. (2021). *Inovasi Usaha Lokal di Indonesia: Tantangan dan Peluang*. Yogyakarta: Pustaka Mandiri.
- Pranata, Y. A., & Amaranti, R. (2021). Rancangan Strategi Pemasaran Media Sosial Menggunakan Model Sostac. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 1(2). <https://doi.org/10.29313/Jrti.V1i2.397>
- Rahayu, M. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Produk Lokal: Studi Kasus Usaha Keripik Singkong di Jawa Tengah*. Jakarta: Penerbit Ilmu Sosial.
- Rappaport, J. (1987). *Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology*. *American Journal of Community Psychology*, 15(2), 121-148.
- Sandra Maleachi, Gracia Kilisya Tasmalia, Madeline, M., Nadya Valerie, Holly Felisa, & Jimmy M. H. Situmorang. (2023). Pelatihan Pembuatan Keripik, Kefir Dan Sherbet Dengan Bahan Dasar Biji Nangka Pada Ibu-Ibu Pkk Di Desa Wisata Bantaragung Majalengka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 3(1). <https://doi.org/10.56910/Wrd.V3i1.264>
- Taryono, T. (2023). Konsep Digital Marketing Berbasis Facebook Ads Dalam Strategi Pemasaran. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1). <https://doi.org/10.29103/E-Mabis.V24i1.983>
- Tasmalia, G. K., Madeline, & Valerie, N. (2023). *Karya Kompetensi Profesi Laporan Seminar Hasil Pemanfaatan Biji Nangka Sebagai Bahan Utama Pembuatan*

*Keripik, Kefir Dan Sherbet Sebagai Upaya Diversifikasi Pangan.* Universitas Pelita Harapan Tangerang.

Umagapi, F., & Purwani, E. (2017). Pengaruh Lama Perebusan Biji Nangka (*Atrocarpus Herephyllus Lamk*) Terhadap Kadar Kalsium, Kerenyahan, Dan Daya Terima Keripik Biji Nangka. *Seminar Nasional Gizi 2017 Program Studi Ilmu Gizi Ums, 2013.*

Yudityawati, D. K., & Fitriyah, H. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 8(1).*  
<https://doi.org/10.32528/Jmbi.V8i1.7429>