Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN: 3024-8140
Volume 3, Issue October, 2025 pp. 190-195 http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index

Keripik kaca: camilan renyah yang menginspirasi semangat berwirausaha

Salsabila Irbah Qatrunnada
Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: irbahqatrunnada@gmail.com

Kata Kunci:
Keripik kaca, semangat wirausaha, camilan inovatif, pemasaran digital, dampak sosial ekonomi.

Keywords:
Glass chips, entrepreneurial spirit, innovative snack, digital marketing, socio-economic impact.

A B S T R A K

Keripik kaca merupakan camilan berbahan dasar singkong yang mengalami inovasi dari sisi tampilan dan rasa. Keunikan keripik ini terletak pada bentuknya yang transparan seperti kaca serta teksturnya yang renyah. Artikel ini bertujuan mengulas potensi keripik kaca sebagai produk usaha kreatif yang mampu mendorong semangat kewirausahaan di kalangan generasi muda. Dengan menelusuri kisah sukses para pelaku usaha Keripik Kaca, penelitian ini menyoroti strategi adaptasi produk, pemasaran digital, dan pengelolaan bisnis skala kecil. Fokusnya adalah menganalisis dampak sosial ekonomi dari produksi dan distribusi Keripik Kaca terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga dan penciptaan lapangan kerja. Diharapkan, studi ini dapat memberikan wawasan berharga bagi calon wirausahawan dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan ekosistem kewirausahaan yang inklusif dan berkelanjutan.

A B S T R A C T

Glass chips are snacks made from cassava that have undergone innovation in both appearance and flavor. The uniqueness lies in their transparent, glass-like appearance and crispy texture. This article explores the potential of glass chips as a creative business product that inspires youth entrepreneurship. By examining the success stories of Keripik Kaca entrepreneurs, this study highlights product adaptation strategies, digital marketing, and small-scale business management. The focus is on analyzing the socioeconomic impact of Keripik Kaca production and distribution on increasing household income and job creation. It is hoped that this study will provide valuable insights for aspiring entrepreneurs and policymakers in developing an inclusive and sustainable entrepreneurial ecosystem.

Pendahuluan

Keripik Kaca, sebuah nama yang mungkin terdengar asing bagi sebagian orang, namun telah menjelma menjadi fenomena kuliner yang menarik perhatian di Indonesia. Camilan renyah ini, yang terbuat dari singkong tipis menyerupai kaca, bukan hanya sekadar makanan ringan biasa. Lebih dari itu, Keripik Kaca telah menjadi inspirasi dan katalisator semangat berwirausaha bagi banyak individu, khususnya di kalangan

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

masyarakat muda. Keunikan tekstur, ragam rasa yang inovatif, serta kemudahan dalam produksi relatif telah membuka pintu bagi peluang bisnis yang menjanjikan. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan minat terhadap Keripik Kaca menunjukkan tren positif, menjadikannya lebih dari sekadar camilan, melainkan sebuah kisah sukses kewirausahaan dari skala mikro hingga menengah.

Keripik kaca bukan hanya menunjukkan kreativitas dalam bidang kuliner, tetapi juga merepresentasikan semangat kewirausahaan yang terus tumbuh di kalangan pemuda Indonesia. Di tengah tantangan ekonomi dan tingginya angka pengangguran, terutama di kalangan lulusan muda, wirausaha menjadi solusi alternatif untuk menciptakan lapangan kerja mandiri sekaligus meningkatkan perekonomian lokal. Camilan keripik kaca, dengan ciri khasnya yang tipis, renyah, dan memiliki rasa pedas manis, sangat diminati oleh berbagai kalangan. Modal usaha yang rendah, kemudahan proses produksi, serta potensi pasar yang luas menjadikan produk ini sangat layak untuk dikembangkan. Oleh karena itu, artikel ini berupaya untuk mengkaji lebih dalam bagaimana keripik kaca tidak hanya sebagai produk konsumsi, tetapi juga sebagai medium pengembangan jiwa kewirausahaan yang potensial.

Fenomena Keripik Kaca mencerminkan dinamika ekonomi kreatif di Indonesia yang terus berkembang. Di tengah persaingan pasar yang ketat, kemunculan produk-produk inovatif seperti Keripik Kaca menunjukkan bahwa dengan kreativitas dan ketekunan, peluang untuk menciptakan nilai ekonomi baru selalu terbuka. Artikel ini akan mengupas tuntas perjalanan Keripik Kaca dari sekadar ide menjadi produk populer yang menggerakkan roda perekonomian lokal. Kami akan menjelajahi faktor-faktor di balik popularitasnya, bagaimana para wirausahawan berhasil mengatasi tantangan, serta dampak sosial ekonomi yang ditimbulkan dari geliat bisnis Keripik Kaca. Pemahaman yang mendalam mengenai fenomena ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi calon wirausahawan, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif dan berkelanjutan di masa depan. Fokus utama tulisan ini adalah menganalisis semangat berwirausaha yang terpicu oleh Keripik Kaca, menyoroti inovasi produk, strategi pemasaran, dan kontribusi terhadap perekonomian lokal.

Pembahasan

Keripik Kaca, atau yang sering disebut juga keripik beling atau keripik tual(*Keripik kaca*, 2025), merupakan camilan tradisional yang mengalami revitalisasi signifikan. Secara tradisional, camilan sejenis ini dibuat dari singkong yang diiris sangat tipis, kemudian dikeringkan dan digoreng hingga renyah. Namun, inovasi terkini pada Keripik Kaca melibatkan teknik pengolahan yang menghasilkan tekstur lebih tipis dan transparan, menyerupai kaca, serta penambahan berbagai varian rasa modern. Dari rasa pedas ekstrem, asin gurih, hingga manis, diversifikasi rasa inilah yang membuat Keripik Kaca digandrungi berbagai kalangan, terutama generasi milenial dan Gen Z yang mencari sensasi kuliner baru. Perkembangan ini tidak lepas dari peran media sosial sebagai platform promosi yang efektif, memungkinkan produk ini menyebar viral dalam waktu singkat.

Keripik kaca mendapatkan namanya karena bentuk dan tampilannya yang menyerupai pecahan kaca bening. Produk ini merupakan hasil modifikasi dari bahan dasar singkong yang diolah melalui proses perendaman, pengukusan, pengeringan, dan penggorengan dengan teknik khusus sehingga menghasilkan tekstur renyah dan tampilan transparan. Camilan ini semakin menarik karena biasanya dibumbui dengan sambal merah atau taburan cabai kering yang memberikan sensasi pedas manis yang menggugah selera.Dari sisi produksi, keripik kaca relatif mudah dibuat dan tidak memerlukan alat produksi industri besar. Bahan baku singkong yang murah dan mudah didapat, ditambah proses pengolahan yang tidak terlalu kompleks, memungkinkan siapa saja untuk mencoba memproduksinya dalam skala rumahan. Hal ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha pemula untuk memulai bisnis dengan modal yang minim namun potensi keuntungan yang cukup menjanjikan.

Faktor Pemicu Semangat Berwirausaha Melalui Keripik Kaca

Popularitas Keripik Kaca tidak hanya terletak pada keunikan produknya, tetapi juga pada kemudahan relatif untuk memulai usaha. Modal awal yang tidak terlalu besar, bahan baku singkong yang mudah didapat, serta proses produksi yang dapat dilakukan secara rumahan, menjadikan Keripik Kaca pilihan menarik bagi mereka yang ingin memulai bisnis tanpa risiko tinggi. Banyak individu, mulai dari ibu rumah tangga, mahasiswa, hingga karyawan yang ingin mencari penghasilan tambahan, melihat potensi besar dalam bisnis Keripik Kaca. Ini selaras dengan studi yang menunjukkan bahwa akses terhadap bahan baku dan biaya operasional yang rendah seringkali menjadi pendorong utama bagi usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berkembang(Ivanti, T., Indrayanti, K., Sane Putri, M.R., Imelda, 2025).

Aspek fleksibilitas waktu dan skala produksi juga menjadi daya tarik utama. Pelaku usaha dapat memulai dengan skala kecil, memproduksi sesuai permintaan, dan secara bertahap meningkatkan kapasitas produksi seiring dengan pertumbuhan pasar. Model bisnis seperti ini sangat cocok bagi mereka yang ingin merintis usaha sambil tetap menjalankan aktivitas lain, memberikan kesempatan bagi lebih banyak orang untuk terlibat dalam dunia kewirausahaan.

Strategi Inovasi dan Pemasaran Digital

Kesuksesan Keripik Kaca dalam menginspirasi wirausaha tak lepas dari strategi inovasi produk dan pemasaran yang cerdik. Wirausahawan Keripik Kaca tidak hanya terpaku pada rasa original. Mereka terus berinovasi menciptakan varian rasa baru yang unik dan menarik, seperti rasa daun jeruk, rumput laut, hingga salted egg. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga menciptakan diferensiasi di pasar yang kompetitif. Kemasan produk pun didesain semenarik mungkin, seringkali dengan sentuhan personal atau desain minimalis yang estetik, sesuai dengan preferensi konsumen modern(Anggriawan et al., 2024).

Selain inovasi produk, pemasaran digital memainkan peran krusial. Hampir sebagian besar pelaku usaha Keripik Kaca memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan juga *marketplace* daring seperti Shopee atau

Tokopedia untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Konten visual yang menarik, *endorsement* dari *influencer* lokal, hingga strategi *flash sale* seringkali digunakan untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness*. Keberhasilan adaptasi terhadap perilaku konsumen digital ini menjadi kunci utama penyebaran popularitas Keripik Kaca ke seluruh penjuru negeri(Siagian et al., 2023).Menurut riset yang dilakukan oleh Fauzi Hadi dan Kiki Zakiah(Hadi & Zakiah, 2021). Pelaku UMKM kuliner yang memanfaatkan media digital mengalami peningkatan penjualan hingga 15% dibandingkan dengan metode konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi produk inovatif dan strategi pemasaran yang tepat dapat mendorong pertumbuhan usaha secara signifikan. Keripik kaca, sebagai produk kekinian, sangat potensial jika dikembangkan dalam kerangka ini.Tidak hanya soal keuntungan finansial, usaha keripik kaca juga mengajarkan banyak aspek kewirausahaan seperti manajemen waktu, strategi produksi, pengendalian kualitas, hingga kemampuan komunikasi dan negosiasi. Kegiatan ini sangat cocok dikembangkan sebagai bagian dari pendidikan kewirausahaan di sekolah atau universitas. Beberapa institusi pendidikan bahkan telah menjadikan praktik usaha makanan ringan sebagai bagian dari kurikulum untuk menumbuhkan jiwa wirausaha di kalangan siswa.

Dampak Sosial Ekonomi terhadap Komunitas Lokal

Fenomena Keripik Kaca memiliki dampak sosial ekonomi yang signifikan pada tingkat komunitas. Produksi Keripik Kaca secara langsung menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, mulai dari petani singkong, pekerja pengolahan, hingga tenaga pengemas dan pengiriman. Hal ini tidak hanya mengurangi tingkat pengangguran, tetapi juga meningkatkan pendapatan rumah tangga, terutama di daerah pedesaan yang menjadi sentra produksi bahan baku.Lebih lanjut, geliat bisnis Keripik Kaca seringkali memicu pertumbuhan ekosistem bisnis pendukung. Misalnya, munculnya penyedia jasa kemasan khusus, produsen bumbu dan perisa makanan, hingga penyedia jasa pengiriman lokal yang ikut merasakan dampak positif dari maraknya produksi Keripik Kaca. Hal ini menunjukkan bahwa sebuah produk sederhana dapat menjadi motor penggerak ekonomi mikro yang kuat, mendorong sirkulasi uang di tingkat lokal dan memperkuat daya beli masyarakat. Ini sejalan dengan konsep ekonomi sirkular di mana satu industri dapat menopang dan memicu pertumbuhan industri lainnya. (Rodhiyah, 2016)

Tantangan dan Peluang di Masa Depan

Meskipun demikian, perjalanan bisnis Keripik Kaca juga tidak luput dari tantangan. Persaingan yang semakin ketat, fluktuasi harga bahan baku, serta isu standardisasi kualitas dan higienitas menjadi beberapa hambatan yang harus dihadapi. Oleh karena itu, penting bagi para wirausahawan Keripik Kaca untuk terus berinovasi, tidak hanya dalam rasa tetapi juga dalam proses produksi yang lebih efisien dan berkelanjutan. Peningkatan kapasitas produksi, sertifikasi halal, dan izin edar BPOM akan menjadi langkah krusial untuk memperluas jangkauan pasar, termasuk ke pasar ekspor.

Peluang di masa depan sangat terbuka lebar. Dengan semakin meningkatnya kesadaran konsumen akan produk lokal dan camilan sehat, Keripik Kaca berpotensi untuk terus berkembang. Kolaborasi dengan industri pariwisata lokal, pengembangan varian produk yang lebih sehat, serta pemanfaatan teknologi untuk efisiensi produksi dapat menjadi langkah strategis untuk membawa Keripik Kaca ke level selanjutnya. Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan dan dukungan dari pemerintah dalam hal permodalan dan pemasaran juga akan sangat berperan dalam menjaga keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis Keripik Kaca di masa mendatang. (Media, 2025)

Kesimpulan

Keripik Kaca lebih dari sekadar camilan renyah; ia adalah sebuah narasi inspiratif tentang semangat berwirausaha dan inovasi lokal. Dari bahan baku sederhana, singkong, Keripik Kaca telah bertransformasi menjadi produk yang tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga membuka gerbang peluang ekonomi bagi banyak individu. Keberhasilan para pelaku usaha Keripik Kaca dalam mengadaptasi produk, memanfaatkan pemasaran digital, dan menjaga kualitas telah membuktikan bahwa potensi kewirausahaan dapat tumbuh subur dari ide-ide yang sederhana namun dieksekusi dengan cerdas dan tekun.

Dampak sosial ekonomi dari fenomena ini pun patut diacungi jempol. Penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan rumah tangga, dan stimulasi pertumbuhan ekosistem bisnis pendukung di tingkat lokal menunjukkan bahwa bisnis mikro dan kecil memiliki peranan krusial dalam menopang perekonomian nasional. Meskipun tantangan seperti persaingan dan standardisasi kualitas masih membayangi, dengan inovasi berkelanjutan, dukungan kebijakan, dan semangat kolaborasi, Keripik Kaca memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan menjadi ikon kewirausahaan Indonesia yang mendunia. Kisah Keripik Kaca adalah bukti nyata bahwa dengan kreativitas, ketekunan, dan pemanfaatan teknologi, setiap individu memiliki kesempatan untuk mengubah ide menjadi sebuah kesuksesan yang menginspirasi.

Daftar Pustaka

Anggriawan, M. A., Sembiring, E. D., Susilawati, D., & Anwar, K. (2024). *Inovasi Produk UMKM Opak Singkong Sebagai Upaya Peningkatan Sektor Perekonomian Warga Desa Ciomas*. *4*(2), 295–305.

Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, *16*, 32–41.

Ivanti, T., Indrayanti, K., Sane Putri, M.R., Imelda, N. (2025). *ANALISIS FAKTOR KEBERHASILAN UMKM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DIGITAL DI WILAYAH JAKARTA TIMUR*. *Vol.* 2, 10 halaman. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.62504/nexus1242

Keripik kaca. (2025). Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Keripik_kaca

Media, G. (2025). *Tantangan dan Peluang UMKM Indonesia di Tahun 2025*. GETI MEDIA.

https://getimedia.id/2025/01/15/tantangan-dan-peluang-umkm-indonesia-di-tahun-2025/

Pusposari, L. F., Ummami, R., & Akhmaliyyah, N. (2023). Guest lecturer dan Pengaruhnya Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, *8*(1), 111-120. https://repository.uin-malang.ac.id/15073/

Rodhiyah, R. (2016). Dampak Sosial Ekonomi Keberadaan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Konveksi Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Sosial*, *14*(1), 1–14. https://doi.org/10.14710/jis.14.1.2015.1-14

Siagian, M. S., Mercu, U., Yogyakarta, B., Nungraeni, N., Mercu, U., Yogyakarta, B., & Penulis, K. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran UMKM Utilization of Social Media in MSME Marketing*. *5*(4), 1–6.

Gambar

Gambar 1.1 Keripik Kaca

Gambar 1. Foto produk kelompok kami

Sumber: foto sendiri dari teman kelompok