



**JKB**

Jurnal Kewirausahaan & Bisnis  
Volume 6 Issue 2, 2024 (45-48)

ISSN (online) : 3026-0167

Homepage : <https://jurnalunived.com/index.php/JKB>

## **Sistem Pemasaran Kerupuk Emping Melinjo Di BUMDes Desa Selubuk Kecamatan Air Napal Bengkulu Utara**

**Mia Tri Agustina <sup>1</sup>**

<sup>1</sup>) Ekonomi/Manajemen, Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

<sup>1</sup> [miatriagustina88@gmail.com](mailto:miatriagustina88@gmail.com)

**Abstract.** Melinjo plant is a shrub plant that grows well in the tropics. This plant has a sturdy stem and large leaves and seeds that are shaped like beans. This is due to limited production capacity of emping melinjo and raw materials, affecting emping market opportunities both domestic and export still cannot be met. On a national scale, emping melinjo can still be improved, according to data from the Ministry of Agriculture shows that the yield of melinjo plants in the national market is increasing. When viewed from the percentage, melinjo production in Indonesia fluctuates tend to increase. Understanding Marketing Systems According to Kotler and Lane (2007) in (Lukmandaru & Istoto, 2016), states that: Marketing is a social process in which there are individuals and groups who get what they need and want by creating, offering, and freely exchanging valuable products with other parties. So what is meant by the marketing system is a collection of institutions that carry out the task of marketing goods, services, ideas, people and environmental factors that influence each other, and shape and influence the relationship between the company and its market. In Selubuk Village itself has not sold Emping Melinjo Products Using Social media, in addition to collecting production results at Village BUMDes, processors also sell directly to collectors, or consumers can also place orders directly to Selubuk Village BUMDes.

**Keywords:** *Melinjo, Marketing, Production, Price, Bumdes.*

**Abstrak.** Tanaman melinjo adalah tanaman perdu yang tumbuh dengan baik di daerah tropis. Tanaman ini memiliki batang yang kokoh dan daun yang besar serta biji yang berbentuk mirip kacang. Hal ini karena keterbatasan kapasitas produksi emping melinjo dan bahan baku, mempengaruhi peluang pasar emping baik domestic atau ekspor masih belum dapat terpenuhi. Secara Skala Nasional emping melinjo masih bisa ditingkatkan, Menurut data dari Departemen Pertanian menunjukkan bahwa hasil tanaman melinjo secara pasar Nasional meningkat. Jika dilihat dari presentase, produksi melinjo di Indonesia berfluktuatif cenderung meningkat. Pengertian Sistem Pemasaran Menurut Kotler dan Lane (2007) dalam (Lukmandaru & Istoto, 2016), menyatakan bahwa : Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Jadi yang dimaksud dengan Sistem pemasaran merupakan suatu kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya. Didesa Selubuk Sendiri belum menjual Produk Emping Melinjo Menggunakan Sosial media, Selain mengumpulkan hasil produksi di BUMDes Desa, para pengolah juga menjual langsung ke pengepul, atau konsumen juga bisa melakukan pemesanan langsung ke BUMDes Desa Selubuk.

**Kata Kunci:** *Melinjo, Pemasaran, Produksi, Harga.*

## **PENDAHULUAN**

Tanaman melinjo atau *Gnetum gnemon* adalah tanaman perdu yang tumbuh dengan baik di daerah tropis. Tanaman ini memiliki batang yang kokoh dan daun yang besar serta biji yang berbentuk mirip kacang. Tanaman melinjo mulai menghasilkan buah sekitar 4-6 tahun setelah ditanam. Namun produksi yang optimal biasanya dicapai setelah 8-12 tahun.

Tanaman ini juga bisa tumbuh di dataran tinggi, tanaman melinjo juga bisa tumbuh di pegunungan tetapi akan mempengaruhi hasil buah, agar buah melinjo dapat menghasilkan buah secara maksimal, tanaman melinjo sebaiknya ditanam di dataran rendah yang memiliki curah hujan yang sedikit. Melalui bijinya melinjo dapat dikembangkan menjadi berbagai produk olahan makanan.

Dalam tulisan ini akan mengkaji beberapa hal yang terkait dengan judul. Untuk memudahkan pembahasan, tujuan dan permasalahan di fokuskan pada Bagaimana Pemasaran Kerupuk Emping Melinjo Di BUMDes Desa Selubuk Kecamatan Air Napal Bengkulu Utara .

## **METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan di diskusikan dan disusun setelahnya melakukan observasi lokasi. Pemilihan judul yang sesuai dengan kondisi lingkungan lokasi. Program yang di ambil didiskusikan bersama Dosen Pembimbing, hal ini dimaksudkan agar terdapat suatu kesesuaian antara kebutuhan masyarakat dengan kemampuan mahasiswa yang dimiliki pada akhirnya judul yang “pemasaran kerupuk emping melinjo di bumdes”.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sistem Pemasaran**

Menurut Kotler dan Lane (2007) dalam (Lukmandaru & Istoto, 2016 ), menyatakan bahwa : Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut (Sedjati, 2018), mendefinisikan bahwa: Pemasaran mengandung arti segala usaha atau usaha aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

Jadi yang dimaksud dengan Sistem pemasaran merupakan suatu kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya.

### **Aspek Pemasaran Emping Melinjo**

#### **1. Permintaan**

Banyaknya Permintaan dari emping melinjo secara nasional terus menerus mengalami kenaikan. Dari data BPS konsumsi buah melinjo dan kerupuk emping mengalami kenaikan yaitu 292.167 ton pada tahun 2021 atau meningkat sebesar 14,13% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 255.985 ton. Permintaan emping sendiri mulai dari konsumen Lokal (kota/kabupaten), Antar Provinsi (Palembang, Lampung dan Sebagainya), Antar Pulau (Jawa, Kalimantan) dan Antar Negara (Belanda, Arab Saudi, Malaysia, Singapura, Brunei dan sebagainya).

Di Desa Selubuk Kec. Air Napal Bengkulu Utara, ibu-ibu pengolah emping 1 hari bisa menghasilkan 40 ikat emping atau setara dengan 2 kg biji melinjo. Permintaan emping dalam jumlah besar sering kali pembuat emping kewalahan dalam memenuhi permintaan. Hal ini karena keterbatasan kapasitas produksi emping melinjo dan bahan baku, mempengaruhi peluang pasar emping baik domestic atau ekspor masih belum dapat terpenuhi. Secara Skala

Nasional emping melinjo masih bisa ditingkatkan, Menurut data dari Departemen Pertanian menunjukkan bahwa hasil tanaman melinjo secara pasar Nasional meningkat. Jika dilihat dari presentase, produksi melinjo di Indonesia berfluktuatif cenderung meningkat.

Semakin meningkatnya ketersediaan buah melinjo menjadi indikasi potesi untuk mengembangkan Kerupuk Emping itu sendiri. Dilihat dari perkembangan pasar yang masih terus terbuka, maka masih diperlukan peningkatan Emping Melinjo. Masih banyak daerah-daerah di Indonesia yang belum dimasuki oleh para pengusaha, seperti wilayah Sumatera, Provinsi Kalimantan, Provinsi Sulawesi, Provinsi Nusa Tenggara sampai dengan Papua. Meningkatannya produksi dikarenakan melonjaknya produktifitas tanaman melinjo. Bisa kita lihat di Gambar 5



**Gambar 1 Persentase Melinjo**

## 2. Pemasaran

Pemasaran dari suatu hasil industri merupakan hal yang penting dan sangat menentukan terhadap maju tidaknya insdutri tersebut. Pemasaran adalah serangkaian proses kegiatan atau aktivitas yang ditunjukkan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari titik produsen ke titik konsumen (Limbong dan Sitorus, 1987:3). Dua sasaran yang utama adalah menarik konsumen baru dengan menjanjikan nilai yang unggul dan mempertahankan konsumen saat ini dengan memberikan kepuasan. Dalam pemasaran suatu produk, pemberian wadah atau kemasan dapat memainkan peran penting. Saat banyak orang menganggap sepele masalah Kemasan (Packaging), sebagai faktor kelima P sesudah Price (Harga), Product (Produk), Place (Tempat, Distribusi), dan Promotion (Promosi atau Iklan). Kemasan dasar adalah bungkus langsung dari produk itu sendiri. Kemasan tambahan ialah bahan yang digunakan untuk melindungi isi dari produk yang akan dijual. Kemasan pengiriman adalah setiap kemasan yang diperlukan waktu penyimpanan, pengangkutan dan identifikasi .

Adapun marji dalam pemasaran dapat didefinisikan sebagi bahan perbedaan harga yang di bayar konsumen dengan yang diterima produsen dapat juga dikatakan nilai dari jasa-jasa pembuatan sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen yan terdiri dari biaya pemasaran dan komponen keuntungan lembaga pemasaran. Keberhasilan dalam bisnis melalui wirausaha Digital, maupun Industri-industri usaha makanan yang memberikan kemajuan yang sangat signifikan terhadap bisnis yang dikelola oleh ibu-ibu rumah tangga. Di Indonesia telah memasuki Era Industri 4.0, hal ini sangat berkaitan dengan strategi dalam membangun atau mengembangkan suatu branding usaha secara luas baik secara nasional maupun internaional.

Strategi pemasaran yang dilakukan melalui wirausaha digital ataupun menggunakan media sosial merupakan langkah yang tepat dan efisien karena dapat menjual dan mempromosikan emping secara langsung kepada para konsumen tanpa ada pihak ke 3. Strategi dan inovasi mengembangkan bisnis sangat penting dan dibutuhkan dalam usaha dapat berkembang secara pesat (Mashuri, 2019). Dengan adanya bisnis rumah tangga yang berada di Desa Selubuk, Kec. Air Napal Bengkulu Utara dapat berkembang dengan pesat.

Didesa Selubuk Sendiri belum menjual Produk Emping Melinjo Menggunakan Sosial media, Selain mengumpulkan hasil produksi di BUMDes Desa, para pengolah juga menjual langsung ke pengepul, atau konsumen juga bisa melakukan pemesanan langsung ke BUMDes Desa Selubuk. Hasil olahan emping melinjo rumah di Desa Selubuk juga di distributorkan melalui BUMDes Desa Selubuk Kec. Air Napal Bengkulu Utara. Penjualan emping di Desa Selubuk Bengkulu utara sudah dapat dikatakan meningkat, dengan adanya BUMDes emping melinjo sudah sampai keluar kota dan menjadi penstabil ekonomi di masyarakat Desa Selubuk.

Pemasaran melalui pengepul, Emping bisa mencapai Rp. 80.000/kg. Jika penjualan melinjo sedang mengalami penurunan, harga emping melinjo bisa mencapai Rp. 35.000 atau Rp. 40.000/kg. Sebelum dipasarkan Emping melinjo yang sudah kering diikat, dalam 1 ikat berisikan 10 emping, lalu emping yang sudah diikat dimasukkan kedalam kotak yang berisikan 10 ikat emping. Untuk pengiriman keluar Kota Bengkulu kardus dilapiskan dengan bubble wrap untuk melindungi isi dan kardus sampai ke kota tujuan.

## **SIMPULAN**

Pengertian Sistem Pemasaran Menurut Kotler dan Lane (2007) dalam (Lukmandaru & Istoto, 2016), menyatakan bahwa : Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Jadi yang dimaksud dengan Sistem pemasaran merupakan suatu kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh, dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dan pasarnya. Adapun marji dalam pemasaran dapat didefinisikan sebagai bahan perbedaan harga yang di bayar konsumen dengan yang diterima produsen dapat juga dikatakan nilai dari jasa-jasa pembuatan sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen yang terdiri dari biaya pemasaran dan komponen keuntungan lembaga pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan melalui wirausaha digital ataupun menggunakan media sosial merupakan langkah yang tepat dan efisien karena dapat menjual dan mempromosikan emping secara langsung kepada para konsumen tanpa ada pihak ke 3. Didesa Selubuk Sendiri belum menjual Produk Emping Melinjo Menggunakan Sosial media, Selain mengumpulkan hasil produksi di BUMDes Desa, para pengolah juga menjual langsung ke pengepul, atau konsumen juga bisa melakukan pemesanan langsung ke BUMDes Desa Selubuk.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Mashuri. (Desember 2019). Analisis Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. , *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Vol.8, No. 2.
- Nurasiah, S. (2006). Analisis Pemasaran Emping Melinjo Di Pusat Koperasi Pertanian Gema Reformasi Desa Manes Kecamatan Manes Kabupaten Pandeglang, Banten. 36-67.
- Sadjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.