

## SOSIALISASI PENGEMBANGAN UMKM DAN PEMASARAN GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM EMPING MELINJO DI DESA TAMAN REJO

Eka sariningsih\*<sup>1</sup>, Iing Lukman<sup>2</sup>, Alya Xandra Cerya<sup>3</sup>, Damar Wulan<sup>4</sup>,  
Ovi Kirani Ramadhani<sup>5</sup>, Sandi Pratama<sup>6</sup>, Yulia Febriana<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen,  
Universitas Malahayati Bandar Lampung  
Email: [ekasariningsih@malahayati.ac.id](mailto:ekasariningsih@malahayati.ac.id)

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM emping melinjo di Desa Taman Rejo dalam aspek pengembangan usaha dan strategi pemasaran. Sosialisasi ini difokuskan pada dua aspek utama, yaitu pentingnya pengurusan lisensi BPOM guna meningkatkan legalitas dan daya saing produk, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital melalui e-commerce dan media sosial. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara, serta sesi pelatihan interaktif. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para peserta memiliki antusiasme tinggi dalam memahami materi yang diberikan. Mereka kini lebih sadar akan pentingnya sertifikasi produk dan pemasaran digital dalam meningkatkan jangkauan pasar serta daya saing usaha mereka. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM emping melinjo dapat berkembang lebih profesional, meningkatkan penjualan, serta menciptakan peluang bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** UMKM, Emping Melinjo, Lisensi BPOM, E-Commerce

### Abstract

*This community service activity aims to improve the understanding and skills of emping melinjo MSMEs actors in Taman Rejo Village in terms of business development and marketing strategies. This socialization focuses on two main aspects, namely the importance of managing BPOM licenses to improve product legality and competitiveness, and the use of digital marketing strategies through e-commerce and social media. The implementation methods used include field observations, interviews, and interactive training sessions. The results of this activity show that the participants are highly enthusiastic in understanding the material provided. They are now more aware of the importance of product certification and digital marketing in increasing market reach and the competitiveness of their businesses. With this activity, it is hoped that emping melinjo MSMEs can develop more professionally, increase sales, and create wider and more sustainable business opportunities.*

**Keywords:** MSMEs, Emping Melinjo, BPOM License, E-Commerce

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Lampung dikenal sebagai salah satu daerah penghasil emping melinjo karena pohon melinjo tumbuh subur disana. Produk emping melinjo dari Lampung sering dijual di pasar lokal maupun diekspor ke berbagai daerah di Indonesia. Penghasilan dari emping melinjo cukup signifikan bagi masyarakat setempat, terutama bagi mereka yang menjalankan usaha kecil menengah (UMKM) di bidang ini. Pemasaran emping melinjo juga kerap dilakukan melalui jalur pariwisata, dimana emping melinjo dijadikan oleh-oleh khas dari Lampung.

Secara garis besar UMKM di Indonesia merupakan unit bisnis yang bergerak dalam produksi barang dan jasa berbasis potensi lokal, baik berupa sumber daya alam, keterampilan tradisional, maupun seni budaya daerah. Karakteristik UMKM meliputi penggunaan bahan baku yang mudah didapat, teknologi yang sederhana namun adaptif, keterampilan yang diwariskan secara turun temurun, sifat padat karya, peluang pasar yang luas, dan dominasi penjualan di pasar domestik, meskipun beberapa produk memiliki potensi ekspor. Selain itu, barang-barang tertentu mempunyai ciri-ciri yang berkaitan dengan seni dan budaya daerah, mencakup masyarakat ekonomi lemah dan menguntungkan (Halim, 2020).

Undang – Undang No. 20 Tahun 2008, mengklasifikasi UMKM dibagi berdasarkan kepemilikan aset dan pendapatan tahunan sebagai berikut :

1. Usaha mikro memiliki aset bersih maksimal Rp 50 juta dengan omzet tahunan hingga Rp 300 juta. Harta tersebut tidak termasuk tanah dan gedung tempat usaha.
2. Usaha kecil memiliki aset antara Rp 50 juta hingga 500 juta dan omzet Rp 300 juta hingga 2,5 M per tahun. Sama halnya dengan usaha mikro, tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan sebagai aset.
3. Sementara itu usaha menengah mencakup unit bisnis dengan aset bersih Rp 500 juta hingga Rp 10 miliar dan omzet Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar per tahun. Harta yang diperhitungkan tidak termasuk tanah dan gedung (Azzahra, B., & Wibawa, 2021).

UMKM memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk di provinsi Lampung. Salah satunya bentuk UMKM yang berkembang pesat adalah industri emping melinjo di Kabupaten Pesawaran. Wilayah ini dikenal sebagai sentra produksi emping melinjo dengan ketersediaan bahan baku yang melimpah dan dukungan kultur masyarakat

yang telah lama menggeluti usaha ini secara turun – temurun. Emping melinjo tidak hanya menjai produk pangan khas, tetapi juga sumber penghidupan utama bagi banyak keluarga di Pesawaran.

UMKM memegang peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk di Desa Taman Rejo. Salah satu produk unggulan dari desa ini adalah emping melinjo, yang memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar lokal maupun internasional. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM emping melinjo di Desa Taman Rejo masih mengalami berbagai kendala, seperti keterbatasan strategi pemasaran, akses pasar terbatas, serta kurangnya pemahaman tentang pengelolaan usaha yang efektif.

UMKM emping melinjo di Kabupaten Pesawaran memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah, khususnya dalam penyediaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Berdasarkan observasi, sebagian besar unit usaha ini masih bersifat tradisional dengan skala rumah tangga. Proses produksi emping melinjo masih dilakukan secara manual, mulai dari pengupasan biji melinjo, penjemuran. Hingga pengemasan produk.

Salah satu faktor utama yang menyebabkan rendahnya penjualan adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital dan strategi pemasaran yang sesuai dengan tren pasar. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya lisensi BPOM, serta promosi melalui media sosial dan marketplace. Oleh karena itu, diperlukan upaya sosialisasi dan pendampingan agar UMKM emping melinjo dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasarnya.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM emping melinjo di Kabupaten Pesawaran adalah keterbatasan dalam memenuhi standar mutu dan keamanan pangan yang dipersyaratkan oleh BPOM. Sertifikat dari BPOM menjai syarat penting bagi UMKM yang ingin memperluas pemasaran produknya ke tingkat nasional maupun ekspor, karena menjamin bahwa produk yang dihasilkan aman, higienis, dan memenuhi standar kesehatan masyarakat.

Bagi pelaku UMKM kerap mengalami rendahnya kepercayaan diri, terutama karena proses untuk mendapatkan NIE dari BPOM yang memerlukan tahapan panjang serta waktu yang tidak singkat. Kondisi ini bukan disebabkan oleh kurangnya niat dari pelaku UMKM atau penggunaan bahan yang dilarang, melainkan lebih kepada tantangan dalam memenuhi standar GMP yang dirasa cukup berat. Kesulitan ini umumnya muncul karena keterbatasan peralatan dan mesin produksi yang belum memadai, serta sumber daya manusia yang masih memerlukan pelatihan untuk mencapai standar yang ditetapkan (Priyanto et al., 2022).

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang bagi pelaku UMKM, termasuk industri emping melinjo di Kabupaten Pesawaran. Salah satu platform e – commerce yang memiliki peran strategis dalam pemasaran produk UMKM adalah Shopee. Sebagai marketplace dengan jangkauan luas di Indonesia, Shopee memberikan akses pasar yang lebih besar bagi pelaku UMKM emping melinjo untuk memasarkan produknya tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga ke berbagai wilayah di Indonesia. Dengan memanfaatkan platform ini secara optimal, UMKM emping melinjo berpotensi untuk memperluas pangsa pasarnya, meningkatkan omzet, dan bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif.

Untuk itu, dibutuhkannya upaya konkret berupa sosialisasi dan pendampingan agar UMKM Emping Melinjo mampu meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, kami mencoba memberikan edukasi kepada pelaku UMKM emping melinjo di Desa Taman Rejo dengan tujuan meningkatkan pemahaman mereka tentang pengembangan UMKM melalui lisensi BPOM serta strategi pemasaran digital, seperti promosi melalui e-commerce dan media sosial, guna menarik minat pembeli dan meningkatkan daya saing produk mereka. Diharapkan langkah ini dapat membantu menarik minat peningkatan daya saing produk emping melinjo di kancah pasar domestik maupun internasional.

### **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemahaman mitra dalam pengembangan UMKM masih minim. Permasalahan ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan pelatihan mengenai lisensi BPOM serta penjualan melalui e-commerce, sehingga para pelaku UMKM masih mengalami kendala dalam mengembangkan usahanya.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan pelatihan ini dikemas dalam bentuk observasi kelapangan yang bertempat di Desa taman rejo berupa wawancara secara langsung. Kegiatan pengabdian ini di jadwalkan pada tanggal 18 April 2025 pukul 10.00 - 12.00. Peserta yang terlibat dalam pengabdian ini adalah pemilik serta karyawan UMKM emping melinjo. Tahap yang akan dilakukan pada kegiatan pengabdian ini adalah:

#### **1. Tahap Persiapan**

Pada tahap ini, kami memulai dengan membangun koordinasi bersama mitra untuk memastikan semua persiapan kegiatan berjalan lancar. Koordinasi ini bertujuan untuk menentukan waktu yang tepat dan menyepakati rincian teknis pelaksanaan kegiatan.

#### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan pelatihan kegiatan diawali dengan mengumpulkan pemilik serta karyawan, selanjutnya sambutan dari Dosen Fakultas Ekonomi dan dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai Sosialisasi pengembangan umkm dan pemasaran guna meningkatkan penjualan umkm emping melinjo di desa taman rejo, dan diadakan sesi tanya jawab serta penyerahan cenderamata, sekaligus dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "Sosialisasi Pengembangan UMKM dan Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan UMKM Emping Melinjo di Desa Taman Rejo" telah sukses dilaksanakan pada hari Jumat, 18 April 2025 pukul 10.00-12.00 WIB, Bertepatan di lokasi produksi emping melinjo di Desa Taman Rejo. Tujuan utama kegiatan ini adalah agar mitra dapat memahami tata cara pendaftaran lisensi BPOM untuk produk emping melinjo serta pemasaran melalui e-commerce agar penjualan meningkat, dan memperluas jangkauan pasar, sehingga keuntungan yang diperoleh dapat lebih optimal.

Materi yang disampaikan dalam sosialisasi ini mencakup dua aspek utama, yaitu pentingnya pengurusan lisensi BPOM sebagai langkah strategis untuk meningkatkan kredibilitas dan daya saing produk, serta strategi pemasaran digital melalui platform e-commerce (Shopee) dan media

sosial (Instagram, Facebook) sebagai sarana memperluas pasar. Peserta diberikan wawasan mengenai prosedur pendaftaran BPOM secara daring serta manfaat dari legalitas produk dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, pelatihan juga berfokus pada pemanfaatan marketplace seperti Shopee, serta media sosial seperti Instagram dan facebook guna meluaskan cakupan pasar dan meningkatkan penjualan.



**Gambar 1. Kegiatan Pengabdian dengan pemilik UMKM Emping Melinjo**

BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) adalah lembaga pemerintah yang memiliki tanggung jawab untuk mengatur, menstandarisasi, dan memberikan sertifikasi produk terkait proses pembuatan, penjualan, penggunaan, serta memastikan keamanan produk tersebut (Dewi et al., 2023). Membangun kepercayaan konsumen bukanlah hal yang instan. Kepercayaan konsumen perlu diciptakan, dikembangkan, dan dirawat oleh pelaku usaha. Dengan cara ini, produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dapat terus ada dan berkembang. Untuk produk makanan, salah satu cara untuk membangun kepercayaan konsumen adalah melalui izin edar (Epriliyana, 2019).

Di sisi lain, Pemasaran digital mengacu pada pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital. Salah satu bentuk dari pemasaran digital adalah pemasaran Internet (e-marketing) yang menggunakan media elektronik berbasis internet. E-marketing merupakan rangkaian tahapan promosi dengan memanfaatkan teknologi komunikasi elektronik, terutama internet.

Pentingnya strategi pemasaran digital tidak dapat diabaikan untuk mengikuti perubahan teknologi digital serta merancang cara untuk menarik konsumen, dengan mengombinasikan komunikasi elektronik dan komunikasi konvensional (Trulline, 2021).

Media sosial dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UKM sebagai alat komunikasi industri terpadu (IMC). Selain itu, UKM dapat berkomunikasi dengan pelanggan yang sudah ada serta memperoleh pelanggan potensial baru guna melakukan ekspansi. UKM berusaha untuk menjadi perusahaan yang kompetitif. Hal ini harus dilakukan sesuai dengan prinsip inovasi informasi dan teknologi. Oleh karena itu, teknologi UKM harus dimanfaatkan seefektif mungkin. Dari teknologi yang paling canggih hingga yang dimungkinkan oleh produk berkualitas tinggi Siswanto, (2018).

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini mendapat sambutan yang positif dari para peserta. Antusiasme yang tinggi dari mitra maupun pegawai UMKM Emping Melinjo di Desa Taman Rejo, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, menunjukkan bahwa mereka sangat membutuhkan informasi dan pengetahuan mengenai pengembangan UMKM. Para peserta merasa sangat terbantu dengan materi yang diberikan.



**Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat**

## **Manfaat Kegiatan**

Kegiatan sosialisasi ini memberikan beberapa manfaat yang dirasakan langsung oleh para pelaku UMKM emping melinjo di Desa Taman Rejo. Beberapa manfaat tersebut antara lain:

### 1. Peningkatan wawasan pelaku Umkm

Para peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya legalitas produk, khususnya pengurusan lisensi BPOM, yang sebelumnya belum diketahui secara mendalam. Hal ini menjadi langkah awal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

### 2. Peningkatan Kemampuan Pemasaran Digital

Melalui pelatihan mengenai penggunaan e-commerce dan media sosial, pelaku UMKM dapat mempromosikan produknya secara lebih luas dan efektif. Hal ini membuka peluang baru untuk menjangkau pasar yang lebih besar, tidak hanya terbatas pada konsumen lokal.

### 3. Meningkatkan Semangat dan Inovasi

Sosialisasi ini memotivasi pelaku UMKM untuk terus berkembang dan berinovasi dalam menjalankan usaha mereka. Para peserta menjadi lebih percaya diri dalam mengambil langkah strategis untuk mengembangkan usahanya.

### 4. Peluang Kolaborasi dan Jejaring Usaha

Dengan kegiatan ini, tercipta komunikasi yang lebih baik antara pelaku usaha dan pihak akademisi. Hal ini membuka peluang kolaborasi di masa mendatang dalam bentuk pelatihan lanjutan, akses modal, maupun pendampingan usaha.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif bagi mitra UMKM emping melinjo di Desa Taman Rejo, terutama dalam meningkatkan pemahaman mengenai pengurusan lisensi BPOM, strategi pemasaran digital, serta pentingnya legalitas produk dalam membangun kepercayaan konsumen. Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM mendapatkan wawasan baru tentang prosedur pengurusan izin edar produk secara daring, manfaat dari legalitas, serta teknik pemasaran modern yang dapat memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, peserta juga dilatih untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital yang kini menjadi sarana utama dalam promosi dan distribusi produk. Pemanfaatan platform seperti Shopee, Instagram, dan Facebook menjadi solusi strategis bagi pelaku usaha kecil dalam menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Dengan penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM emping melinjo diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan distribusi, serta memperbesar peluang peningkatan pendapatan.

Kegiatan ini juga berhasil meningkatkan kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan pasar modern, sekaligus memotivasi mereka untuk terus berinovasi dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Diharapkan, pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam kegiatan ini dapat diterapkan secara konsisten, sehingga UMKM emping melinjo mampu berkembang secara profesional, bersaing di pasar yang lebih luas, dan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

### **Saran**

Agar UMKM emping melinjo di Desa Taman Rejo dapat berkembang lebih optimal, diperlukan pendampingan lanjutan dalam pengurusan lisensi BPOM untuk memastikan produk memiliki legalitas yang sah. Selain itu, pelatihan digital marketing yang lebih mendalam diperlukan agar pelaku UMKM mampu memanfaatkan e-commerce dan media sosial secara efektif. Kolaborasi dengan pemerintah, akademisi, dan komunitas bisnis juga penting untuk memperluas akses pelatihan dan permodalan.

### **Ucapan Terima Kasih**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Malahayati atas dukungan, fasilitas, dan kesempatan yang telah diberikan sehingga kegiatan sosialisasi ini dapat terlaksana dengan baik. Tanpa adanya dukungan institusi, kegiatan ini tidak akan berjalan secara efektif dan memberikan manfaat langsung kepada masyarakat.

Tak lupa, kami juga berterima kasih kepada seluruh dosen pembimbing dan pihak fakultas yang telah memberikan arahan dan bimbingan sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Kami juga mengapresiasi kerja keras seluruh tim pelaksana yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi dan tanggung jawab.

Kami yakin bahwa sinergi antara perguruan tinggi, pelaku UMKM, dan masyarakat merupakan kunci utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Semoga kegiatan ini dapat menjadi langkah awal bagi terwujudnya UMKM yang tangguh, profesional, dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja UMKM Sebagai Katalis Perekonomian Indonesia Dalam Menghadapi Middle Income Trap 2045. *Inspire Journal: Economics and Development Analysis*, 1(1), 75–86. <https://ejournal.uksw.edu/inspire/article/download/4856/1771>
- Dewi, N. S. D., Putri, D. A. P. A. G., Wardani, K. D. K. A., & Indrashwara, D. C. (2023). Pendampingan Umkm Desa Sulahan Dalam Eskalasi Kualitas Produk Jajan Upakara Untuk Mendapatkan Izin Edar BPOM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 461. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v6i3.1790>
- Epriliyana, N. N. (2019). Urgensi Ijin Keamanan Pangan (P-IRT) Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Konsumen Dan Meningkatkan Jaringan Pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 21–31. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2580>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Priyanto, A. D., Putranto, A. W., Abdimesin, W., Estiasih, T., & Ramadhani, F. (2022). Pendampingan Wawasan Sertifikasi Halal dan Izin Edar BPOM pada CV Milknesia Nusantara. *Abdi-Mesin Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin*, 2(2), 68–75. <https://doi.org/10.33005/abdimesin.v2i2.35>

- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>