



PKM Peran Strategis BUMDes dalam Mengatasi Kendala Produksi dan Pemasaran UMKM Emping Melinjo: Pengalaman Emping Melinjo Bu Hj Eha, Kecamatan Taktakan

Hamidah¹, Jaka Wijaya Kusuma², Yudi Nur Supriadi³, Guntur Syahputra Saragih⁴, Siti Fatonah⁵, Nugrahini Kusumawati⁶, Dini Martinda Lestari⁷

^{1,2,5,6,7}Universitas Bina Bangsa

^{3,4}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Email: shiroimida@gmail.com

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam mengatasi kendala produksi dan pemasaran yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) emping melinjo, dengan studi kasus pada Emping Melinjo Bu Hj Eha di Kecamatan Taktakan. UMKM emping melinjo di wilayah ini menghadapi berbagai tantangan, termasuk fluktuasi pasokan dan kualitas bahan baku, keterbatasan teknologi produksi yang efisien, standarisasi higienitas yang belum optimal, serta kendala jangkauan pasar, branding, kemasan, dan pemanfaatan pemasaran digital. Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, pengurus BUMDes, dan pekerja, serta observasi lapangan. Temuan menunjukkan bahwa BUMDes memiliki potensi besar untuk berperan dalam memfasilitasi pengadaan bahan baku kolektif, mendukung penyediaan dan pengelolaan alat produksi bersama, menyelenggarakan pelatihan, serta membantu dalam pengembangan merek dan kemasan kolektif desa. Selain itu, BUMDes dapat menjadi fasilitator utama dalam pemanfaatan teknologi pemasaran digital dan pembukaan akses pasar baru. Namun, peran BUMDes saat ini masih dalam tahap awal pengembangan, membutuhkan peningkatan kapasitas pengurus, program yang lebih terstruktur, dan kolaborasi yang lebih sinergis. Rekomendasi utama mencakup penguatan kapasitas BUMDes, pengembangan program pendukung UMKM yang terencana, pembentukan merek kolektif desa, dan pemanfaatan platform digital. Pengabdian ini menyimpulkan bahwa BUMDes merupakan instrumen strategis yang krusial dalam memberdayakan UMKM emping melinjo dan memperkuat ekosistem ekonomi desa di Kecamatan Taktakan.

Kata Kunci: BUMDes, UMKM, Emping Melinjo, Kecamatan Taktakan, Pengabdian Masyarakat, Manajemen Pemasaran, Kendala Produksi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai penyedia lapangan kerja yang signifikan, tetapi juga sebagai pilar penting dalam penguatan ekonomi kerakyatan dan pembangunan desa (Arifa et al., 2025; Purba et al., 2025). Provinsi Banten, dengan kekayaan sumber daya alam dan potensi agrobisnisnya, memiliki banyak UMKM yang berkontribusi pada denyut nadi ekonomi lokal. Namun, banyak dari UMKM ini masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutannya, mulai dari keterbatasan akses permodalan, teknologi, hingga strategi pemasaran yang belum optimal.

Dalam konteks pembangunan ekonomi pedesaan, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) hadir sebagai instrumen strategis pemerintah untuk mendorong kemandirian ekonomi desa

(Firmansyah et al., 2025; Gani, 2025). BUMDes diharapkan mampu menjadi motor penggerak pemberdayaan masyarakat desa, mengoptimalkan potensi sumber daya lokal, dan menciptakan peluang usaha baru. Keberhasilan BUMDes dalam menjalankan fungsinya dapat secara langsung berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa dan penguatan ekosistem ekonomi lokal.

Kecamatan Taktakan Kota Serang, sebagai salah satu wilayah di Provinsi Banten, memiliki potensi agrobisnis yang beragam, termasuk pengembangan produk olahan pangan seperti emping melinjo. Emping melinjo merupakan produk makanan ringan yang memiliki pasar tersendiri dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun, seperti UMKM pada umumnya, para pengrajin emping melinjo di Kecamatan Taktakan juga dihadapkan pada berbagai kendala. Kendala ini meliputi kesulitan dalam pengadaan bahan baku melinjo yang berkualitas secara berkelanjutan, keterbatasan alat produksi yang modern dan efisien, serta tantangan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.

Salah satu pelaku UMKM emping melinjo di Kecamatan Taktakan yang patut menjadi perhatian adalah Emping Melinjo Bu Hj Eha. Usaha ini, meskipun telah berjalan cukup lama dan memiliki pelanggan setia, masih menghadapi hambatan dalam hal produksi dan pemasaran yang dapat menghalangi ekspansi dan peningkatan kualitas produknya. Permasalahan yang dihadapi oleh Emping Melinjo Bu Hj Eha ini mencerminkan potret umum tantangan yang dihadapi oleh UMKM sejenis di wilayah tersebut.

Oleh karena itu, Pengabdian ini berfokus pada analisis peran strategis BUMDes dalam mengatasi kendala produksi dan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM emping melinjo, dengan menjadikan pengalaman Emping Melinjo Bu Hj Eha sebagai studi kasus mendalam. Diharapkan, melalui kajian ini, dapat ditemukan solusi konkret dan strategi yang efektif bagi BUMDes dalam mendukung pertumbuhan UMKM lokal, khususnya di sektor pengolahan hasil pertanian seperti emping melinjo di Kecamatan Taktakan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah lembaga ekonomi desa yang dibentuk dan dikelola oleh pemerintah desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa (Firmansyah et al., 2025). Keberadaan BUMDes diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa dan peraturan pelaksanaannya. BUMDes memiliki fungsi utama sebagai penggerak ekonomi

desa, pengelola potensi sumber daya desa, dan penyedia layanan bagi masyarakat desa. Menurut Undang-Undang Desa, BUMDes dapat bergerak dalam berbagai unit usaha, seperti penyediaan dan pengelolaan air bersih, pengelolaan pasar desa, pengelolaan kawasan wisata, hingga unit usaha simpan pinjam dan perdagangan.

Peran strategis BUMDes tidak hanya terbatas pada pengelolaan aset desa, tetapi juga mencakup pemberdayaan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan asli desa, dan pengembangan UMKM lokal (Adriansyah, 2025; Gani, 2025; Satria et al., 2024). BUMDes dapat berperan sebagai fasilitator, mediator, dan bahkan investor bagi UMKM desa. Melalui BUMDes, UMKM dapat memperoleh akses yang lebih baik terhadap permodalan, pasar, teknologi, dan pelatihan. Namun, optimalisasi peran BUMDes seringkali terkendala oleh berbagai faktor, seperti kapasitas sumber daya manusia pengelola, manajemen yang kurang profesional, dan keterbatasan modal awal.

2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia (Kiswandi et al., 2023; Lubis & Salsabila, 2024). Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM dikategorikan berdasarkan kriteria omzet, aset, dan jumlah karyawan. UMKM dicirikan oleh skala usahanya yang relatif kecil, fleksibilitas dalam adaptasi pasar, dan kemampuannya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar.

Meskipun memiliki peran penting, UMKM seringkali dihadapkan pada berbagai kendala yang membatasi potensi pertumbuhannya. Kendala umum yang sering dihadapi UMKM meliputi (Khoiruddin, 2023; Makkulawu et al., 2022; Rachmawati & Yasin, 2022):

- a. Akses Permodalan: Keterbatasan akses terhadap sumber pendanaan formal seperti bank, sehingga sering bergantung pada modal pribadi atau rentenir.
- b. Teknologi: Penggunaan teknologi produksi yang masih tradisional, kurang efisien, dan tidak memenuhi standar kualitas yang diinginkan pasar.
- c. Manajemen: Keterampilan manajerial yang masih terbatas, terutama dalam hal perencanaan bisnis, pencatatan keuangan, dan pengembangan sumber daya manusia.
- d. Pemasaran: Jangkauan pasar yang terbatas, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran modern, branding yang lemah, serta kesulitan dalam bersaing dengan produk industri skala besar.

Kendala-kendala ini menjadi semakin kompleks ketika UMKM beroperasi di sektor pangan, di mana standar kualitas, higienitas, dan daya tahan produk menjadi sangat krusial.

3. Industri Emping Melinjo

Emping melinjo adalah produk olahan pangan tradisional yang terbuat dari biji buah melinjo (Agustina, 2023). Produk ini dikenal luas di Indonesia, terutama di daerah-daerah yang kaya akan pohon melinjo. Proses pembuatan emping melinjo umumnya melibatkan beberapa tahapan, mulai dari perebusan biji melinjo, penipisan (pemipihan), penjemuran, hingga penggorengan. Kualitas emping melinjo sangat dipengaruhi oleh kualitas bahan baku biji melinjo, proses penipisan yang merata, serta teknik penggorengan yang tepat untuk menghasilkan tekstur yang renyah dan rasa yang gurih.

Industri emping melinjo, meskipun merupakan bagian dari UMKM, memiliki karakteristik dan tantangan spesifik. Beberapa kendala yang sering dihadapi dalam industri ini meliputi (Azizah et al., 2023):

- a. Ketersediaan dan Kualitas Bahan Baku: Fluktuasi pasokan biji melinjo akibat faktor musiman, hama penyakit, dan kualitas yang bervariasi antar daerah.
- b. Teknologi Produksi: Proses penipisan biji melinjo yang masih dilakukan secara manual seringkali membutuhkan tenaga kerja yang banyak, memakan waktu, dan menghasilkan ketebalan yang tidak seragam, yang berdampak pada kualitas penggorengan. Penggunaan alat penggorengan yang belum modern juga dapat mempengaruhi kualitas dan efisiensi.
- c. Standar Higienitas: Proses produksi yang dilakukan di lingkungan rumah tangga terkadang sulit memenuhi standar higienitas yang ketat, yang menjadi persyaratan penting untuk pasar yang lebih luas, terutama ekspor.
- d. Daya Tahan Produk: Emping melinjo rentan terhadap kelembaban, sehingga memerlukan kemasan yang baik untuk menjaga kerenyahannya selama penyimpanan dan distribusi.

Mengatasi kendala-kendala ini memerlukan inovasi dalam proses produksi dan strategi pemasaran yang lebih baik, yang dapat difasilitasi oleh lembaga seperti BUMDes.

4. Manajemen Pemasaran Produk Pertanian/Olahan Pangan

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran (Ali et al., 2024; Said & Mukhlis, 2023; Shiroth & Citraningsih, 2023). Dalam konteks produk pertanian atau olahan pangan seperti emping melinjo, manajemen pemasaran yang efektif sangat penting untuk

memastikan produk dapat menjangkau konsumen, memenuhi kebutuhan mereka, dan memberikan nilai tambah bagi produsen.

Elemen kunci dalam manajemen pemasaran produk olahan pangan meliputi (Djazuli et al., 2024; Herdiani, 2024; Landy et al., 2025; Pitaloka & Kardoyo, 2023):

- a. Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP): Mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial, menentukan target pasar yang akan dilayani, dan memposisikan produk agar memiliki keunggulan kompetitif di benak konsumen.
- b. Bauran Pemasaran (Marketing Mix): Meliputi Produk (Product), Harga (Price), Tempat/Distribusi (Place), dan Promosi (Promotion). Untuk produk seperti emping melinjo, inovasi pada produk (misalnya varian rasa, kemasan menarik), penetapan harga yang kompetitif namun menguntungkan, pengembangan saluran distribusi yang efisien, dan promosi yang tepat sasaran sangat krusial.
- c. Branding dan Pengemasan: Menciptakan identitas merek yang kuat dan kemasan yang menarik serta fungsional dapat meningkatkan nilai persepsi produk dan daya saing di pasar.
- d. Pemasaran Digital: Pemanfaatan platform online seperti media sosial, e-commerce, dan website semakin penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama di era digital saat ini.

Bagi UMKM emping melinjo, penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat membantu mengatasi kendala jangkauan pasar, persaingan, dan menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi, yaitu peran strategis BUMDes dalam mengatasi kendala produksi dan pemasaran UMKM emping melinjo. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam satu unit analisis (dalam hal ini, kolaborasi antara BUMDes dan UMKM Emping Melinjo Bu Hj Eha) dalam konteksnya yang nyata (Kecamatan Taktakan). Pendekatan studi kasus ini akan memberikan gambaran yang kaya dan terperinci mengenai pengalaman, tantangan, dan strategi yang diterapkan.

Pengabdian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Taktakan Kota Serang, Provinsi Banten. Lokasi spesifik yang menjadi fokus adalah desa tempat beroperasinya UMKM Emping Melinjo

Bu Hj Eha dan BUMDes yang relevan di wilayah tersebut. Pemilihan Kecamatan Taktakan didasarkan pada keberadaan UMKM emping melinjo yang signifikan dan potensi peran BUMDes sebagai penggerak ekonomi lokal.

Pelaksanaan Pengabdian diperkirakan akan memakan waktu selama 3-4 bulan, dimulai dari persiapan instrumen Pengabdian, pengumpulan data di lapangan, analisis data, hingga penyusunan laporan akhir. Periode Pengabdian yang spesifik akan ditentukan berdasarkan jadwal yang memungkinkan bagi peneliti dan ketersediaan informan.

Subjek Pengabdian adalah fenomena peran strategis BUMDes dalam mengatasi kendala produksi dan pemasaran UMKM emping melinjo. Sementara itu, informan Pengabdian adalah individu atau pihak yang memiliki pengetahuan dan informasi relevan mengenai fenomena tersebut. Informan kunci yang akan dilibatkan dalam Pengabdian ini meliputi:

- a. Pemilik/Pengelola Emping Melinjo Bu Hj Eha: Sebagai informan utama untuk mendapatkan gambaran mendalam mengenai kendala produksi dan pemasaran yang dihadapi secara langsung oleh UMKM.
- b. Pengurus BUMDes (Ketua/Sekretaris/Bidang Usaha): Untuk memahami bagaimana BUMDes berperan, strategi yang dijalankan, program yang telah atau akan dilakukan untuk mendukung UMKM emping melinjo, serta pandangan mereka terhadap kolaborasi yang terjalin.
- c. Pekerja UMKM Emping Melinjo Bu Hj Eha: Untuk mendapatkan perspektif mengenai kendala dalam proses produksi sehari-hari, kondisi kerja, dan efektivitas dukungan yang diterima.
- d. Perwakilan Pemerintah Daerah (Dinas Koperasi dan UMKM atau Dinas terkait lainnya): Jika memungkinkan, untuk mendapatkan gambaran umum mengenai kebijakan daerah dalam mendukung UMKM dan BUMDes, serta pandangan mereka terhadap potensi pengembangan industri emping melinjo di Kecamatan Taktakan.

Pemilihan informan akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan yang dianggap paling relevan dan memiliki informasi yang dibutuhkan untuk menjawab pertanyaan Pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan Pengabdian mengenai kendala produksi dan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM emping melinjo, khususnya Emping Melinjo Bu Hj Eha di Kecamatan

Taktakan, serta analisis mendalam mengenai peran strategis BUMDes dalam mengatasi kendala-kendala tersebut.

1. Gambaran Umum Emping Melinjo Bu Hj Eha dan Lingkungan Sekitarnya

Emping Melinjo Bu Hj Eha merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam industri pengolahan emping melinjo yang berlokasi di Desa kp. Parumasan, Kecamatan Taktakan, Kecamatan Taktakan. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2004 dan dikelola oleh Ibu Hj. Eha bersama dengan timnya yang terdiri dari 8 orang pekerja, mayoritas adalah ibu rumah tangga di sekitar desa. Skala produksi usaha ini rata-rata adalah 21 Toros (1 Toros 7kg) emping melinjo per minggu, dengan pasar utama yang mencakup pasar tradisional di Kecamatan Taktakan, beberapa toko oleh-oleh, dan pesanan dari pelanggan individu melalui jaringan personal.

Produk emping melinjo Bu Hj Eha dikenal memiliki cita rasa khas yang gurih dan tekstur yang cukup renyah, meskipun terdapat variasi ketebalan yang terkadang tidak seragam akibat proses penipisan yang masih manual. Kemasan yang digunakan umumnya adalah plastik transparan dengan label sederhana yang mencantumkan nama produk dan informasi kontak.

Lingkungan sekitar usaha ini didominasi oleh lahan pertanian dan perkebunan, termasuk pohon melinjo. BUMDes Parumasan yang beroperasi di desa yang sama, memiliki mandat untuk mengembangkan potensi ekonomi lokal, termasuk memberdayakan UMKM seperti Emping Melinjo Bu Hj Eha. Terdapat upaya awal kolaborasi antara BUMDes dan usaha ini, namun tingkat intensitas dan efektivitasnya masih perlu dikaji lebih lanjut.

2. Identifikasi Kendala Produksi UMKM Emping Melinjo Bu Hj Eha

Berdasarkan wawancara mendalam dengan Ibu Hj. Eha, para pekerja, dan observasi di lapangan, beberapa kendala produksi utama yang dihadapi adalah sebagai berikut:

a. Kendala Bahan Baku (Ketersediaan dan Kualitas):

- 1). Fluktuasi Pasokan: Pasokan biji melinjo sangat bergantung pada musim panen. Di luar musim panen, ketersediaan biji melinjo menurun drastis, sementara permintaan tetap ada. Hal ini memaksa Ibu Hj. Eha untuk mencari pasokan dari luar daerah yang terkadang menambah biaya transportasi dan berisiko terhadap kualitas.
- 2). Kualitas Bervariasi: Kualitas biji melinjo yang diterima seringkali bervariasi, ada yang terlalu tua, terlalu muda, atau sudah terserang hama. Hal ini mempengaruhi hasil akhir emping, baik dari segi rasa maupun tekstur.

- 3). Harga yang Berubah: Harga biji melinjo cenderung berfluktuasi setiap musimnya, yang dapat menyulitkan perencanaan biaya produksi dan penetapan harga jual yang stabil.

b. Kendala Proses Produksi (Alat dan Efisiensi):



Gambar 1. Gambaran Proses Produksi

- 1). Proses Penipisan Manual: Proses penipisan biji melinjo menjadi emping masih dilakukan secara manual menggunakan alat tradisional. Proses ini memakan waktu, membutuhkan tenaga kerja yang cukup besar, dan sulit untuk menghasilkan ketebalan yang seragam. Ketidakseragaman ketebalan ini berdampak pada hasil penggorengan, di mana ada emping yang terlalu gosong atau kurang matang.
 - 2). Keterbatasan Alat Penggorengan: Penggorengan masih menggunakan wajan besar dengan kompor minyak tanah atau gas. Alat ini kurang efisien dalam hal distribusi panas, sehingga proses penggorengan memakan waktu lebih lama dan seringkali menghasilkan emping yang kurang renyah atau bahkan gosong jika tidak diawasi ketat.
 - 3). Standar Higienitas: Meskipun kebersihan lingkungan kerja dijaga, proses produksi yang masih semi-tradisional dan keterbatasan fasilitas membuat pemenuhan standar higienitas yang ketat menjadi tantangan, terutama untuk pasar yang lebih formal.
- c. Kendala Sumber Daya Manusia (Keterampilan dan Regenerasi):
- 1). Keterampilan Spesifik: Proses penipisan dan penggorengan emping memerlukan keterampilan khusus yang tidak semua orang miliki. Tenaga kerja yang ada sebagian besar adalah pekerja musiman atau paruh waktu.
 - 2). Regenerasi Tenaga Kerja: Sulit untuk menemukan tenaga kerja muda yang berminat menekuni pekerjaan pengolahan emping melinjo secara serius, yang berpotensi menimbulkan masalah regenerasi di masa depan.

d. Kendala Lain:

- 1). Akses Permodalan: Keterbatasan modal membuat Ibu Hj. Eha kesulitan untuk melakukan investasi dalam pengadaan alat produksi yang lebih modern atau untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar saat harga sedang murah.
- 2). Perizinan: Meskipun sudah berjalan lama, usaha ini belum memiliki izin usaha formal yang lengkap, yang dapat membatasi akses ke program-program pemerintah atau pasar yang lebih besar.

3. Identifikasi Kendala Pemasaran UMKM Emping Melinjo Bu Hj Eha

Kendala pemasaran yang dihadapi oleh Emping Melinjo Bu Hj Eha juga cukup signifikan, meliputi:



Gambar 2. Gambaran Kemasan Emping Melinjo Hj Eha

a. Kendala Jangkauan Pasar:

- 1). Ketergantungan pada Pasar Tradisional: Sebagian besar penjualan masih melalui pasar tradisional dan pelanggan langsung. Jangkauan pasar masih terbatas pada area lokal dan regional.
- 2). Akses ke Pasar Modern: Sulit untuk menembus pasar modern seperti supermarket atau minimarket karena belum terpenuhinya standar kemasan, izin edar, dan volume produksi yang konsisten.

b. Kendala Branding dan Kemasan:

- 1). Branding yang Lemah: Merek "Emping Melinjo Bu Hj Eha" dikenal di kalangan pelanggan lama, namun belum memiliki identitas merek yang kuat dan konsisten di pasar yang lebih luas.

- 2). Kemasan Kurang Menarik dan Fungsional: Kemasan plastik transparan dengan label sederhana kurang menarik perhatian konsumen modern dan kurang efektif dalam menjaga kerenyahan produk dalam jangka panjang. Inovasi kemasan yang lebih baik diperlukan.
- c. Kendala Promosi dan Distribusi:
- 1). Promosi Terbatas: Promosi sebagian besar dilakukan dari mulut ke mulut atau melalui pameran skala kecil. Strategi promosi yang lebih masif dan terstruktur belum diterapkan.
 - 2). Saluran Distribusi yang Belum Luas: Jaringan distribusi masih terbatas pada agen-agen kecil atau penjualan langsung. Belum ada kerjasama dengan distributor besar atau platform logistik yang efisien.
- d. Kendala Persaingan dan Harga:
- 1). Persaingan: Emping melinjo dari produsen lain, baik yang berskala sama maupun industri yang lebih besar, menjadi pesaing yang cukup ketat.
 - 2). Keterbatasan Menentukan Harga Premium: Karena kendala produksi dan pemasaran, sulit untuk menetapkan harga premium meskipun kualitas produk sebenarnya baik, karena belum adanya nilai tambah yang signifikan dari segi branding dan kemasan.
- e. Kendala Pemasaran Digital:
- 1). Minimnya Pengetahuan dan Keterampilan: Ibu Hj. Eha dan timnya memiliki pengetahuan yang sangat terbatas mengenai pemasaran digital, baik melalui media sosial maupun platform e-commerce.
 - 2). Akses Internet dan Perangkat: Akses internet yang stabil dan perangkat yang memadai untuk kegiatan pemasaran digital masih menjadi kendala.

4. Peran Strategis BUMDes dalam Mengatasi Kendala Produksi

Berdasarkan temuan di lapangan, BUMDes Parumasan memiliki potensi besar untuk berperan strategis dalam mengatasi kendala produksi yang dihadapi Emping Melinjo Bu Hj Eha. Peran tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa langkah:



Gambar 3. Kegiatan PKM dalam Upaya Optimalisasi UMKM

- a. Fasilitasi Akses Bahan Baku Kolektif: BUMDes dapat berperan sebagai agregator atau fasilitator dalam pengadaan biji melinjo. Dengan mengumpulkan kebutuhan dari beberapa UMKM emping melinjo di desa, BUMDes dapat melakukan negosiasi dengan petani melinjo secara langsung atau dengan pemasok besar untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan pasokan yang lebih stabil. BUMDes juga dapat membantu memverifikasi kualitas bahan baku sebelum didistribusikan kepada UMKM.
- b. Dukungan Teknis dan Peralatan Bersama: BUMDes dapat mengalokasikan sebagian dana atau mengajukan proposal bantuan untuk pengadaan alat produksi yang lebih modern dan efisien, seperti mesin penipis emping otomatis atau mesin penggorengan kontinu (continuous fryer). Alat-alat ini dapat dikelola oleh BUMDes dan disewakan atau digunakan secara bergantian oleh para UMKM emping melinjo. Penggunaan alat bersama ini dapat meningkatkan konsistensi kualitas, efisiensi waktu, dan mengurangi beban kerja para pengrajin.
- c. Program Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan: BUMDes dapat bekerjasama dengan dinas terkait atau lembaga pelatihan untuk menyelenggarakan program pelatihan bagi para pekerja UMKM. Pelatihan ini dapat mencakup teknik pengolahan yang lebih baik, standar higienitas, serta penggunaan alat produksi baru.
- d. Pengelolaan Modal Kerja: BUMDes dapat menyediakan skema pinjaman lunak atau bantuan permodalan bagi UMKM emping melinjo untuk pembelian bahan baku saat musim panen atau untuk investasi kecil dalam perbaikan alat. Mekanisme ini harus dikelola secara transparan dan akuntabel.
- e. Pendampingan Perizinan: BUMDes dapat membantu UMKM dalam proses pengurusan izin usaha, seperti PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga), yang merupakan syarat penting untuk memasuki pasar yang lebih luas.

Saat ini, peran BUMDes Parumasan dalam mengatasi kendala produksi Emping Melinjo Bu Hj Eha masih bersifat terbatas. Ada beberapa inisiatif awal seperti informasi pasar bahan baku, namun belum terstruktur dan terencana secara sistematis untuk memberikan dampak yang signifikan.

5. Peran Strategis BUMDes dalam Mengatasi Kendala Pemasaran

Dalam mengatasi kendala pemasaran, BUMDes juga dapat memainkan peran yang sangat strategis bagi UMKM emping melinjo:

- a. Pengembangan Produk dan Branding Kolektif: BUMDes dapat memfasilitasi pengembangan produk emping melinjo menjadi lebih menarik. Ini bisa meliputi:
 - 1). Desain Kemasan Inovatif: BUMDes dapat bekerja sama dengan desainer grafis untuk menciptakan desain kemasan yang menarik, informatif, dan mencerminkan identitas lokal (misalnya, menggunakan motif khas Kecamatan Taktakan).
 - 2). Branding Desa/Produk Unggulan: BUMDes dapat memprakarsai pembentukan merek kolektif untuk produk emping melinjo dari desa tersebut, yang dinaungi oleh BUMDes. Ini akan memberikan daya tarik yang lebih kuat di pasar daripada merek individu.
 - 3). Standarisasi Kualitas: BUMDes dapat membantu UMKM dalam menerapkan standar kualitas dan higienitas yang konsisten, sehingga produk layak untuk pasar yang lebih formal.
- b. Strategi Pemasaran Kolektif dan Akses Pasar:
 - 1). Galeri Produk Desa: BUMDes dapat mendirikan atau mengelola galeri produk desa di lokasi strategis, di mana berbagai produk UMKM, termasuk emping melinjo, dapat dipamerkan dan dijual.
 - 2). Jaringan Distribusi BUMDes: BUMDes dapat membangun jaringan distribusi sendiri, bekerjasama dengan toko-toko oleh-oleh, swalayan lokal, atau bahkan perusahaan katering.
 - 3). Promosi Terpadu: BUMDes dapat mengelola kegiatan promosi secara terpadu, baik secara offline maupun online, untuk memperkenalkan produk emping melinjo desa kepada khalayak yang lebih luas.
- c. Pemanfaatan Teknologi Pemasaran Digital:
 - 1). Website dan Media Sosial BUMDes: BUMDes dapat membuat dan mengelola website serta akun media sosial yang mempromosikan produk-produk UMKM desa,

termasuk emping melinjo. Ini termasuk membuat konten menarik, foto produk berkualitas, dan informasi yang relevan.

- 2). Pelatihan Pemasaran Online: BUMDes dapat menyelenggarakan pelatihan bagi para pelaku UMKM mengenai cara berjualan online, mengelola akun media sosial bisnis, dan menggunakan platform e-commerce.
 - 3). Sistem Pemesanan Online: BUMDes dapat mengembangkan sistem pemesanan online terintegrasi yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian.
- d. Akses Pasar Baru: BUMDes dapat secara aktif mencari peluang pasar baru, seperti kerjasama dengan hotel, restoran, atau bahkan potensi ekspor, yang mungkin sulit dijangkau oleh UMKM secara individu.

Dalam kasus Emping Melinjo Bu Hj Eha, peran BUMDes Parumasan dalam pemasaran masih pada tahap awal. Menurut pelaku usaha, BUMDes pernah membantu memberikan informasi singkat tentang cara mendaftar di platform e-commerce tertentu. Namun, belum ada program yang terstruktur dan berkelanjutan untuk pengembangan branding, kemasan, atau pemanfaatan pemasaran digital secara optimal.

6. Analisis Kolaborasi Emping Melinjo Bu Hj Eha dengan BUMDes

Kolaborasi antara Emping Melinjo Bu Hj Eha dan BUMDes Parumasan menunjukkan potensi yang signifikan namun masih dalam tahap pengembangan. Ibu Hj. Eha menyambut baik setiap bentuk dukungan yang diberikan oleh BUMDes, namun juga menyadari keterbatasan sumber daya dan kapasitas BUMDes saat ini.

Kekuatan Kolaborasi:

- a. Potensi Sinergi: Adanya BUMDes sebagai lembaga resmi desa memberikan legitimasi dan potensi akses ke sumber daya serta kebijakan pemerintah yang lebih luas, yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung UMKM.
- b. Fokus pada Pemberdayaan Lokal: Kolaborasi ini sejalan dengan mandat BUMDes untuk memberdayakan ekonomi lokal.

Kelemahan dan Tantangan Kolaborasi:

- a. Kapasitas BUMDes yang Terbatas: Pengurus BUMDes Parumasan saat ini memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang ahli di bidang pemasaran, teknologi, dan manajemen bisnis.
- b. Kurangnya Program yang Terstruktur: Belum ada program kolaborasi yang terstruktur, terencana, dan terukur dampaknya secara spesifik untuk UMKM emping melinjo.

- c. Komunikasi yang Perlu Ditingkatkan: Sinkronisasi antara kebutuhan UMKM dan kemampuan BUMDes perlu terus ditingkatkan agar kolaborasi berjalan efektif.
- d. Ketergantungan UMKM: UMKM seperti Ibu Hj. Eha masih sangat bergantung pada inisiatif BUMDes, sementara BUMDes sendiri masih dalam tahap belajar dan pengembangan.

Secara keseluruhan, kolaborasi ini memiliki potensi besar untuk menjadi model yang sukses dalam penguatan ekosistem ekonomi desa melalui pemberdayaan UMKM. Namun, diperlukan langkah-langkah strategis dan terencana dari kedua belah pihak, dengan dukungan yang lebih kuat dari pemerintah daerah, agar potensi ini dapat dioptimalkan.

KESIMPULAN

Pengabdian ini telah menganalisis peran strategis BUMDes dalam mengatasi kendala produksi dan pemasaran UMKM emping melinjo, dengan studi kasus pada Emping Melinjo Bu Hj Eha di Kecamatan Taktakan. Berdasarkan temuan Pengabdian, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama:

- a. Kendala Produksi yang Signifikan: UMKM emping melinjo, khususnya Emping Melinjo Bu Hj Eha, dihadapkan pada kendala produksi yang meliputi fluktuasi pasokan dan kualitas bahan baku, keterbatasan efisiensi alat produksi (terutama proses penipisan manual), kesulitan dalam standarisasi higienitas, serta tantangan dalam regenerasi tenaga kerja terampil. Akses permodalan yang terbatas juga menjadi faktor penghambat bagi investasi untuk perbaikan dan modernisasi alat.
- b. Kendala Pemasaran yang Kompleks: Kendala pemasaran yang dihadapi mencakup jangkauan pasar yang masih terbatas (kecenderungan pada pasar tradisional), branding dan kemasan yang belum optimal, promosi yang kurang terstruktur, serta kesulitan dalam menembus pasar modern dan memanfaatkan pemasaran digital. Persaingan dengan produk lain juga menambah kompleksitas tantangan ini.
- c. Potensi Peran Strategis BUMDes dalam Mengatasi Kendala Produksi: BUMDes Parumasan berpotensi besar untuk berperan strategis dalam mengatasi kendala produksi melalui fasilitasi pengadaan bahan baku kolektif, dukungan penyediaan dan pengelolaan alat produksi bersama, penyelenggaraan program pelatihan, serta fasilitasi akses permodalan dan perizinan.
- d. Potensi Peran Strategis BUMDes dalam Mengatasi Kendala Pemasaran: BUMDes juga memiliki peran krusial dalam mengatasi kendala pemasaran melalui pengembangan

produk dan branding kolektif, membangun jaringan distribusi, memfasilitasi pemanfaatan teknologi pemasaran digital, serta membuka akses pasar baru bagi UMKM emping melinjo.

- e. Kolaborasi yang Perlu Diperkuat: Kolaborasi antara Emping Melinjo Bu Hj Eha dan BUMDes Parumasan menunjukkan potensi yang sangat baik, namun masih berada pada tahap awal. Keberhasilan kolaborasi ini sangat bergantung pada peningkatan kapasitas BUMDes, pengembangan program yang terstruktur dan terukur, serta peningkatan komunikasi dan sinergi antara kedua belah pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, E. (2025). *Optimalisasi Bumdes Untuk Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Masyarakat (Studi Pada Bumdes Sura Pekerja Plumbon Dan Bumdes Sejahtera Kita Bersama Mundu Mesigit)*. S1-Ekonomi Syariah UIN SSC.
- Agustina, M. T. (2023). Sistem Pengolahan Dan Pemasaran Kerupuk Emping Melinjo Di BUMDes Desa Selubuk Kecamatan Air Napal Bengkulu Utara. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 5(2), 33–40.
- Ali, M. F. O., Teguh, H., Dewi, R., Zuhro, D., & Sutini, S. (2024). Manajemen Pemasaran Outlet Cuci Sepatu Ngumbah Shoes: Laporan Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 161–181.
- Arifa, I., Choiri, A., Wibowo, W., Aminuddin, A., & Panggabean, N. A. (2025). Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian nasional. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385.
- Azizah, N., Hidayah, N., Ginting, S. D., & Damayanti, R. (2023). Strategi Pengembahangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Kandangan Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.2), 1867–1876.
- Djazuli, R. A., Jumadi, R., & Febrianto, B. (2024). *Pengembangan produk pangan*. UMG Press.
- Firmansyah, N., Widodo, W., Faton, M., Fajarwati, N. K., & Arifin, S. (2025). Analisis Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Keramatmanik Kecamatan Angsana Kabupaten Pandeglang: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 4860–4867.

- Gani, A. (2025). Peran BUMDes dalam mendorong kemandirian ekonomi desa di Kecamatan Banyuputih. *Jurnal Wahana Bina Pemerintahan*, 7(1), 1–9.
- Herdiani, H. (2024). Strategi Pemasaran Umkm Dalam Menjangkau Pasar Modern Studi Kasus Pada Bandeng Inn. *Jurnal Adijaya Multidisplin*, 2(05), 135–144.
- Khoiruddin, M. (2023). Optimalisasi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat (Studi pada UMKM di Desa Tamansuruh Banyuwangi). *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(2), 327–336.
- Kiswandi, F. R. P., Setiawan, M. C., & Ghifari, M. A. (2023). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154–162.
- Kumbara, P. (2025). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Teknologi. *JURNAL ECONOMINA*, 4(5), 179–185.
- Landy, S., Rabbana, M. A., Khasanah, E. U., Aji, J. M. M., & Prasetyo, A. A. (2025). Strategi diversifikasi produk sebagai upaya meningkatkan penjualan susu sapi Rembangan. *Jumat Pertanian: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 102–110.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110.
- Makkulawu, A. R., Gaffar, I., Arisandi, A., Inthe, M. G., Rahmaniar, R., & Mariani, M. (2022). Sosialisasi digital marketing pada UMKM pengolahan ikan di Kabupaten Gowa. *Prosiding Seminar Nasional Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan*, 3, 747–753.
- Maq, M. M., Dewi, S. P., Muktar, M., Suningrat, N., & Sitopu, J. W. (2024). Pendampingan balai desa dalam mengembangkan BUMDes untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(5), 185–191.
- Pitaloka, L. K., & Kardoyo, K. (2023). Membuka Pintu Pasar Digital: Pelatihan Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM Olahan Pangan di Salatiga. *Madaniya*, 4(4), 1368–1380.
- Purba, D. T., Ningrum, W., Dalimunte, A., Ginting, M. M., & Hasibuan, R. R. A. (2025). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *INTERNATIONAL, Journal of Sharia Business Management*, 4(4), 226–238.
- Rachmawati, D. W., & Yasin, A. (2022). Pengaruh Pembiayaan Mikro terhadap Perkembangan UMKM Nasabah BSI KCP Mojopahit 2. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 145–

156.

- Said, S., & Mukhlis, M. (2023). Peranan Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Usaha pada Usaha Tahu di Kelurahan Penatoi Kota Bima. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(1), 14–26.
- Satria, R., Islam, N., & Sari, T. M. (2024). Optimalisasi Peran Bumdes dalam Pengembangan Ekonomi Masyarakat di Tiyuh Suka Jaya Kecamatan Gunung Agung Kabupaten Tulang Bawang Barat Tahun 2023. *Civics Education and Social Science Journal (CESSJ)*, 6(2), 133–151.
- Shiroth, A., & Citraningsih, D. (2023). Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan. *SALIHA: Jurnal Pendidikan Islam*, 6(1), 114–138.
- Winarwati, I., Syarifudi, A., Karim, M., Pujiati, T., & Syamsi, A. B. (2026). Optimalisasi Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) dalam Mewujudkan Desa Kreatif di Desa Pademawu Timur Pamekasan. *Santri: Journal of Student Engagement*, 5(1), 43–55.