

**PERAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)
EMPING MELINJO DALAM MENINGKATKAN EKONOMI
KELUARGA**

**(STUDI PENELITIAN DI DESA JURONG BARO KECAMATAN
GLUMPANG BARO KABUPATEN PIDIE)**

**SKRIPSI
Diajukan Oleh:**

**MULTAZAM
NIM. 180404054**



**JURUSAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/1446 H**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK)
Universitas Islam Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Prodi Pengembangan Masyarakat Islam**

Oleh:

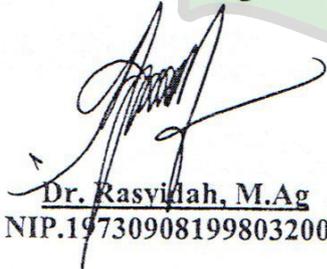
MULTAZAM
NIM. 180404054

Disetujui Oleh:



Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Rasyidah, M.Ag
NIP.197309081998032002


Rusnawati, S.Pd., M.Si
NIP. 197703092009122003

SKRIPSI

**Telah dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasah Skripsi Fakultas
Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai Tugas Akhir untuk
Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Program Studi: Pengembangan Masyarakat Islam
Diajukan Oleh:**

**Multazam
NIM. 180404054**

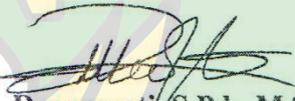
**Pada Hari/Tanggal: Rabu, 15 Januari 2025 M
15 Rajab 1446 H**

**Di Darussalam Banda Aceh,
Panitia Sidang Munaqasyah**

Ketua,


**Dr. Rasvidah, M.Ag
NIP. 197309081998032002**

Sekretaris,

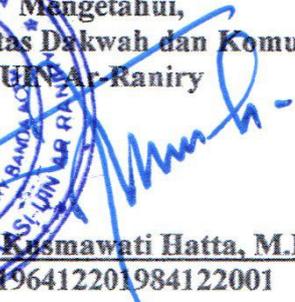

**Rusnawati, S.Pd., M.Si
NIP. 197703092009122003**

Anggota I,


**Dr. Fakhri, S.Sos., MA
NIP. 196411291998031001**

Anggota II,


**Marini Kristina Situmeang, M.Sos., MA
NIP. 1991111272020122017**


**Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry**

**Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd
NIP. 196412201984122001**

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam sama-sama kita panjatkan kepada Baginda Rasulullah SAW, kepada para Sahabat Beliau, dan Keluarganya, serta Seluruh Pengikut baginda Rasulullah SAW.

Berkat rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang judul **“Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Penelitian di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini butuh banyak usaha yang keras. Sehingga penulis juga banyak mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, terkhusus ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ayah, Mamak dan Abang tercinta yang telah memberikan dukungan sangat luar biasa kepada Penulis, baik materil maupun non materil.
2. Bapak Prof Dr H Mujiburrahman M,Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.

3. Ibu Dr. Kusmawati Hatta, M.PD selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.
4. Ibu Dr. Rasyidah, M.Ag selaku Ketua Jurusan Prodi Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry.
5. Ibu Dr. Rasyidah, M.Ag selaku Pembimbing I, yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Rusnawati, S.Pd., M.Si selaku Pembimbing II, yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry yang telah banyak membantu penulis selama proses mengajar dalam tujuh semester pada perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap informan UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie yang telah berkerjasama dan berkontribusi dalam penelitian ini, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan juga segenap terima kasih kepada seluruh kawan-kawan yang mohon maaf tidak disebutkan namanya satu persatu, yang telah banyak memberikan banyak motivasi untuk saya serta dukungan yang kuat dalam proses pembuatan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada pengucapan kata yang salah penulis mohon maaf, dengan besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca. Penulis menyadari keterbatasan kemampuan yang ada pada diri

penulis, untuk itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, semoga dapat bermanfaat dan dapat dipergunakan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 09 Desember 2024

MULTAZAM
NIM. 180404054



ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Penelitian Di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie)”. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang lumrah dikerjakan oleh sebagian masyarakat Indonesia yang mana negara tersebut masih dikategorikan sebagai negara berkembang. UMKM berperan sangat penting, khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta pengembangan ekonomi pedesaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam mengembangkan usahanya dan bagaimana peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan (*conclusion*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dikembangkan oleh UMKM emping melinjo dalam mengembangkan usahanya adalah diperlukan beberapa strategi, yaitu strategi produk yang dilakukan yaitu dengan cara memproduksi emping melinjo dengan varian rasa, seperti yaitu dari yang mentah, orgininal, rasa caramel, ras jagung dan rasa balado. Strategi penjualan yang dilakukan yaitu dengan adanya peran dan partisipasi para pekerja serta memanfaatkan media online untuk meningkatkan penjualan. Strategi pasar yang dilakukan yaitu dengan cara mempromosikan produk emping melinjo di media online dan mengikuti setiap kegiatan expo dan bazar. Strategi distribusi yang dilakukan adalah bekerjasama dengan agen dan reseller untuk mendistribusikan produk. UMKM Emping Melinjo di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie telah berperan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat, hal tersebut dapat dilihat melalui pemberdayaan masyarakat khususnya ibu rumah tangga di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie dalam menjangkau sumber daya produktif berupa melinjo dan terbukanya peluang tenaga kerja walaupun belum secara maksimal dan dapat meningkatkan pendapatan keluarga serta membantu meringankan beban suami dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka.

Kata Kunci: *Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Strategi Pengembangan UMKM.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8
E. Penjelasan Istilah.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Deskripsi Teori.....	14
1. Usaha Mikro Kecil Menengah	14
2. Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah	18
3. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah	19
4. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah	20
5. Emping Melinjo	24
6. Ekonomi Keluarga	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	29
B. Jenis Penelitian	30
C. Lokasi Penelitian	30
D. Informan Penelitian	31
E. Teknik Penentuan Informan	31
F. Teknik Pengumpulan Data	32
G. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
1. Kondisi Geografis	38
2. Peta Wilayah	39
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	40
C. Hasil Penelitian	43
1. Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Mengembangkan Usahanya Di Desa Jurong Baru.....	43
2. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo	

Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga.....	52
D. Pembahasan.....	59
1. Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Mengembangkan Usahnya Di Desa Jurong Baro.....	59
2. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga.....	64
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM 2021-2022.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Desa Jurong Baro Berdasarkan Jenis Kelamin.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Keadaan Umum Informan Berdasarkan Umur	40
Tabel 4.2 Keadaan Umum Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	41
Tabel 4.3 Keadaan Umum Informan Berdasarkan Jabatan.....	41
Tabel 4.4 Keadaan Umum Informan Berdasarkan Jumlah Anak Yang Menjadi Tanggungjawab Dalam Keluarga.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Lokasi Penelitian 39



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Musuh terbesar yang terjadi dalam pembangunan yaitu ketidakberdayaan, ketergantungan, keterbelakangan, rendahnya tingkat pendidikan sehingga ini semua akan mengarah pada kemiskinan. Untuk mencapai tujuan pembangunan yang diinginkan, maka pembangunan dari suatu negara bisa diarahkan pada tiga hal utama, yaitu meningkatkan kesejahteraan hidup keluarga, meningkatkan pemberdayaan keluarga dalam melakukan kegiatan ekonomi dan mendistribusikan kebutuhan dasar dalam keluarga. Berdasarkan uraian di atas pembangunan ekonomi bisa dicapai dengan cara mengembangkan kegiatan ekonomi dan juga dapat meningkatkan standar hidup keluarga, sehingga keluarga dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka.¹

Untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang meningkat cukup besar yang mana hal ini dapat dilakukan untuk memenuhi kebutuhan para keluarga, salah satu caranya yaitu dengan adanya suatu usaha. Dengan adanya sebuah usaha dapat memberikan manfaat ekonomi dari waktu ke waktu, baik itu untuk diri sendiri maupun untuk perkembangan ekonomi keluarga yang lain. Bisnis yaitu salah satu kegiatan yang paling mudah bagi siapa saja, selama orang tersebut mempunyai tekad yang kuat untuk melakukannya. Supaya usaha yang dilakukan tidak

¹ Muhammad Hasan dan Muhammad Azis, *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia Dalam Perspektif Ekonomi Lokal*, Cet. Ke-2, (CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu, 2019), hal. 5.

merugikan orang, maka untuk itu harus tekun dalam melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan manfaat bagi diri sendiri dan juga bagi orang lain.

Jumlah penduduk miskin dan pengangguran di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Penduduk yang miskin tersebut disebabkan karena tidak mempunyai pekerjaan. Pada umumnya, penduduk yang pengangguran terdapat di desa karena rata-rata masyarakat di desa berpendidikan rendah serta tidak memiliki keterampilan ataupun keahlian. Ternyata masalah ini harus mendapatkan solusi yang tepat supaya tingkat pengangguran bisa berkurang, dan salah satu caranya yaitu dengan pemberdayaan ekonomi yang produktif.² Hal ini sebagaimana telah disebutkan dalam Peraturan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pemerintah Republik Indonesia memberikan dukungan dalam pelaksanaan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagaimana dinyatakan, untuk dapat diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkelanjutan melalui pengembangan iklim yang kondusif, memberikan kesempatan dalam berusaha, perlindungan, dukungan dan perluasan usaha, sehingga dapat meningkatkan kedudukan, peran serta potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, peningkatan dan pemerataan pendapatan masyarakat, pengentasan kemiskinan serta terciptanya lapangan kerja.

Dalam Peraturan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 menjelaskan tentang pemberdayaan adalah yang dilakukan oleh pemerintah terhadap usaha kecil dan masyarakat yaitu dalam bentuk penumbuhan iklim usaha, pembinaan dan

² Sudrajad, *Kiat Mengentaskan Pengangguran & Kemiskinan Melalui Wirausaha*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), cet. Ke-1, hal.1-2.

pengembangan sehingga usaha kecil mampu menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Keberadaan UMKM mampu menjadi bagian yang stabil dan kuat dalam perekonomian Indonesia. Baik Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menyerap tenaga kerja yang produktif, yang akan meningkatkan produktivitas serta efisiensi yang tinggi dan mampu bertahan di sela-sela usaha besar.³

Tabel 1.1
Data UMKM 2021-2022

Nama	2021	2022
Indonesia	16,4 juta	20,76 juta
Aceh	16.300 pelaku	35.264 pelaku
Pidie	5. 579 pelaku	19. 073 pelaku

Sumber: Data Diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data diatas dapat kita lihat bahwa perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terus meningkat dari tahun ke tahun, sehingga hal ini berdampak positif dalam hal ekonomi. Peningkatan jumlah usaha industri kecil dan menengah juga menyebabkan meningkatnya penyerapan tenaga kerja. Pertumbuhan dalam Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan salah satu jawaban atas visi Indonesia yang aman, damai, adil, dan demokratis serta sejahtera atau kemakmuran. Peningkatan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan diharapkan dapat membantu menciptakan masyarakat yang aman dan damai, adil serta demokratis dan sejahtera. Untuk mencapai keamanan yang nyata masyarakat tidak dapat hidup dalam kemiskinan dan pengangguran, dan untuk mewujudkan

³ Sudati Nur Sarfiah, dkk, 2019, *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*, Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), Vol. 4, No. 2, hal. 139.

demokrasi, agar menghindari terjadinya ketimpangan ekonomi di dalam kehidupan bermasyarakat.

Usaha Mikro Kecil Menengah pada umumnya berasal dari usaha yang dikelola oleh keluarga/ industri rumahan. Beberapa masalah yang sering dihadapi oleh pelaku usaha terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang meliputi masalah kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih rendah, baik dari pengetahuan untuk memiliki inovasi kerja yang baru, keterampilan yang kurang kreatif, tidak mempunyai pengalaman kerja, etika dalam bekerja maupun jiwa kewirausahaan yang belum/kurang matang. Selain masalah-masalah internal, faktor penting lainnya juga dipengaruhi oleh para pelaku usaha yang masih tertinggal dalam pengetahuan teknologi dan informasi bisnis yang kurang sehingga berdampak pada kualitas produk dan pengendalian kualitas secara keseluruhan.⁴

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang membuat produk olahan yang berasal dari bahan melinjo. Yang mana dengan adanya pelaku UMKM di Desa Jurong Baro dapat membantu mencapai kesejahteraan keluarga, yang mana permasalahan sekarang yang terjadi dalam sebuah keluarga adalah masalah ekonomi, yang mana banyaknya keperluan dalam rumah tangga sedangkan pemasukannya kurang. Sehingga hal ini membuat para Ibu rumah tangga memutuskan untuk bekerja. Proses produksi akan sangat bergantung pada usaha yang dilakukan oleh para pekerja, adapun faktor produksi berfungsi sebagai daya upaya manusia dalam menghasilkan barang dan jasa.

⁴ Arie J Rorong dan Very Y Londa, 2017, *Pengaruh Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Tompaso Barat Kabupaten Minahasa*, Jurnal Administrasi Publik UNSRAT, Vol. 3, No. 046, hal. 2.

Tabel 1.2
Jumlah Penduduk Desa Jurong Baro Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jumlah KK	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1.	198	312	351

Sumber: Dukcapil Kemendagri (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk di desa Jurong Baro adalah sebanyak 198 KK yang mana terdiri dari 312 berjenis kelamin laki-laki dan 351 berjenis kelamin perempuan. Perempuan yang bekerja sebagai pelaku UMKM sebanyak lebih kurang 60 orang dan kebanyakan dari mereka berusia kurang lebih 40 tahun.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo yaitu salah satu kegiatan/usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat di Desa Jurong Baro, terutama para Ibu-Ibu rumah tangga dalam memanfaatkan biji melinjo yang kemudian akan diolah atau di produksi menjadi emping melinjo sehingga dapat menghasilkan sebuah produk. Dengan adanya UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro ini dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat di desa tersebut. Yang mana sebelum mereka bekerja, mereka masih bergantung pada penghasilan suami mereka yang pas-pasan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sehingga mereka memutuskan untuk bekerja dengan tujuan ingin membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam keluarga mereka, seperti belanja bahan dapur, jajan untuk anak sekolah dan penghasilan yang mereka dapatkan sebagian disimpan untuk kebutuhan darurat yang terjadi suatu saat.

Adapun kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku UMKM emping melinjo ada yang sudah melakukan promosi dan pemasaran melalui bazar, expo, pameran, dan lain sebagainya. Sehingga membuat kondisi dari usaha mereka semakin maju

dan berkembang karena sudah dikenal oleh banyak orang melalui pemasaran yang dilakukan. Dan para pelaku UMKM emping melinjo ini tidak hanya memproduksi emping melinjo yang mentah tetapi ada juga yang sudah bisa memproduksi emping melinjo yang sudah digoreng dan juga sudah di kasih varian rasa, seperti rasa balado, rasa jagung bakar, rasa caramel dan rasa balado hijau.

Tuntutan perempuan memilih untuk bekerja sebagai pelaku UMKM emping melinjo yaitu sebagai usaha sampingan yang mana pada dasarnya mereka bekerja sebagai petani padi, karena para petani padi dapat bekerja selama musim sawah saja. Sehingga mereka memilih untuk bekerja pelaku UMKM emping melinjo, apabila mereka dapat fokus dalam mengembangkan usaha tersebut maka mereka bisa membantu meningkatkan pendapatan dalam keluarganya karena harga emping melinjo per kilo sangat mahal. Dalam mengembangkan usaha tersebut juga memerlukan strategi supaya usaha tersebut agar semakin berkembang. Salah satu strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh pelaku usaha tersebut yaitu melakukan promosi melalui media sosial, mengingat perkembangan zaman sekarang sangat maju. Dimana pemasaran dulu hanya bisa dilakukan dipasar, sekarang sudah bisa dilakukan melalui media sosial supaya usaha dapat berkembang seiring berjalannya waktu dan produk yang dijual mudah diketahui oleh para konsumen. Akan tetapi yang melakukan UMKM emping melinjo yaitu perempuan yang berusia kurang lebih 40 tahun, mereka kurang paham dalam hal media *online* sehingga hal inilah yang menjadi permasalahan dalam mengembangkan usaha tersebut.

Dengan adanya UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro dapat membantu ekonomi keluarga di desa tersebut dengan cara membuka peluang kerja bagi ibu-ibu rumah tangga yang tidak memiliki pekerjaan sehingga mereka dapat bekerja memproduksi emping melinjo. Mereka memilih bekerja karena ingin membantu meringankan beban suami dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarganya sehari-hari dan dapat meningkatkan ekonomi keluarga untuk mencapai kesejahteraan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Penelitian di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan di atas, maka cenderung beralasan bahwa rencana masalah pemeriksaan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam mengembangkan usahanya?
2. Bagaimana peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam meningkatkan ekonomi keluarga?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang sudah ditetapkan dalam penelitian ini. Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam mengembangkan usahanya.

2. Untuk mengetahui bagaimana peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan tujuan penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah informasi dan pengetahuan bagi para pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat umum tentang peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam meningkatkan ekonomi keluarga di desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie.
- b. Diharapkan dapat menjadi tambahan referensi penelitian berikutnya bagi mahasiswa yang ingin meneliti tentang peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Dari hasil penelitian ini dipercaya akan benar-benar ingin menambah pemahaman atau informasi dan pengalaman eksplorasi tentang Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Penelitian di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie).

b. Bagi Umum

Menjadi suatu metode untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Penelitian di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie).

E. Penjelasan Istilah

1. Peran

Peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.⁵

2. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Berdasarkan peraturan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 ayat 3 Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Menurut Peraturan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 Pasal 1 ayat 1 : Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan

⁵ Soekanto, 2002. *Teori Peranan*, (Jakarta: bumi aksara), hal. 243.

memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang.⁶

3. Emping Melinjo

Emping melinjo merupakan sejenis kerupuk yang terbuat dari biji melinjo yang sudah tua. Proses pembuatan emping melinjo sangat mudah serta dapat memakai peralatan yang sudah ada di rumah, seperti palu, wajan, sosok/kape, tungku, dan lain-lain. Harga emping melinjo sangat mahal serta dapat menjadi komoditas usaha yang menjanjikan dengan modal yang relative sedikit. Sehingga usaha emping melinjo merupakan bisnis rumah tangga yang diolah dari hasil pertanian berupa biji melinjo yang diolah menjadi makanan yang bernilai ekonomi tinggi.⁷

4. Ekonomi Keluarga

Ekonomi keluarga merupakan suatu kajian tentang upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan keluarganya, melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang bertanggung jawab atas kebutuhan dalam keluarganya.

⁶ Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, "*Tentang: Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah*", Sekretariat Negara. Jakarta 2008, hal. 2

⁷ Vidia Veronica, *Upaya Kelompok Usaha Rumah Tangga Dalam Pemberdayaan Ekonomi Melalui Industri Emping Melinjo Di Desa Bernung Kabupaten Pesawara*. Skripsi. (Lampung: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2020), hal. 4.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan, yang mana pembahasannya terkait dengan peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Peneliti melakukan perbandingan beberapa skripsi terkait dengan pengkajian peran Usaha Mikro Kecil Menengah dalam meningkatkan ekonomi keluarga, diantaranya sebagai berikut:

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sitaman Said dan Azhar yang berjudul *Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran UMKM dapat membuka peluang tenaga/lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang tidak memiliki skill khusus, kemudian UMKM juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan indikator kesehatan, pendidikan, pendapatan, dan akses teknologi informasi dan komunikasi.⁸

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wika Undari dan Anggia Sari Lubis yang berjudul *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mengurangi pengangguran, dan

⁸ Sitaman Said and Azhar Azhar, *Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima*, Jurnal Kajian Pendidikan Dan Ekonomi, Vol. 4, No. 1, hal. 29–41, (2021)

mampu memenuhi kebutuhan hidup masyarakat yang memproduksi berbagai jenis makanan untuk dijual di kios pelaku UMKM yang lain.⁹

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Farkhan Syabani yang berjudul *Peran UMKM Dalam Meningkatkan Perekonomian Mandiri*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM pengrajin lencana melakukan upaya berupa inovasi dan kreativitas untuk menciptakan perekonomian yang mandiri serta mampu bersaing dengan pengrajin yang lainnya sehingga UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan taraf hidup menjadi lebih baik.¹⁰

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Sitaman Said dan Azhar (2021)	<i>Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mandem Kecamatan Mpunda Kota Bima</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran UMKM dapat membuka peluang tenaga/lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang tidak memiliki skill khusus, kemudian UMKM juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan	Menganalisa permasalahan yang sama dan metode penelitian yang sama.	Dalam penelitian ini tidak menggunakan indikator kesejahteraan masyarakat

⁹ Wika Undari And Anggia Sari Lubis, *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*, Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora, Vol. 6, No. 1, hal. 32–38, (2021).

¹⁰ Farkhan Syabani, *Peran UMKM Dalam Meningkatkan Perekonomian Mandiri*, (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung, Vol. 8, No. 2, hal. 86–93, (2021).

			indikator kesehatan, pendidikan, pendapatan, dan akses teknologi informasi dan komunikasi.		
2.	Wika Undari dan Anggia Sari Lubis (2021)	<i>Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, karena keberadaan UMKM mampu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mengurangi pengangguran, dan mampu memenuhi kebutuhan hidup masyarakat yang memproduksi berbagai jenis makanan untuk dijual di kios pelaku UMKM yang lain.	Menganalisa permasalahan yang sama dan metode penelitian yang sama.	Dalam penelitian ini hanya fokus pada peningkatan ekonomi keluarga.
3.	Farkhan Syabani (2021)	<i>Peran UMKM Dalam Meningkatkan Perekonomian Mandiri</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM pengrajin lencana	Menganalisa permasalahan yang sama dan metode	Dalam penelitian ini hanya fokus pada peningkatan

			melakukan upaya berupa inovasi dan kreativitas untuk menciptakan perekonomian yang mandiri serta mampu bersaing dengan pengrajin yang lainnya sehingga UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan taraf hidup menjadi lebih baik.	penelitian yang sama.	ekonomi keluarga.
--	--	--	---	-----------------------	-------------------

B. Deskripsi Teori

1. Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang lumrah dikerjakan oleh sebagian masyarakat Indonesia yang mana negara tersebut masih dikategorikan sebagai negara berkembang. Usaha Mikro Kecil Menengah yaitu salah satu bidang yang memberikan peran yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal itu disebabkan oleh daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil.¹¹

¹¹ Mudrajad Kuncoro, *Perencanaan Pembangunan Daerah, Teori Dan Aplikasi*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018) hal.126.

Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan unit usaha yang produktif yang berdiri sendiri disemua sektor ekonomi. Berdasarkan peraturan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 ayat 3 Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Menurut Peraturan Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 Pasal 1 ayat 1 : Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini dengan kekayaan paling bersih 200 juta.¹²

Pemasaran menimbulkan tantangan yang signifikan bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM). Metode pemasaran tradisional memerlukan biaya yang besar, seperti mendirikan cabang tambahan, berpartisipasi dalam pameran dagang, membuat dan mendistribusikan brosur, dan banyak lagi. Namun, munculnya internet telah memberikan solusi hemat biaya bagi UMKM untuk memperluas saluran pemasaran mereka. Pemasaran *online* tidak hanya menawarkan biaya yang relatif rendah, namun juga

¹² Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, *Tentang: Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah*, (Jakarta: Sekretariat Negara, 2008), hal. 2

memungkinkan penyebaran informasi lebih cepat dan jangkauan khalayak yang lebih luas.

Adapun tantangan mendasar yang dihadapi oleh UMKM sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam memperoleh peluang pasar dan memperluas kehadiran pasar.
2. Keterbatasan akses terhadap sumber permodalan dan kerentanan dalam struktur permodalan.
3. Kelemahannya meliputi struktur organisasi dan pengelolaan sumber daya manusia.
4. Kolaborasi antar pengusaha kecil dalam hal jaringan usahanya saat ini masih terbatas, khususnya terkait sistem informasi pemasarannya.
5. Persaingan antar dunia usaha telah menciptakan lingkungan yang tidak menguntungkan bagi pertumbuhan dan kesuksesan.
6. Pembinaan yang sudah dilakukan masih kurang terpadu serta kurangnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Adapun faktor yang mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai berikut:

1. Kurangnya Modal

Dana yang tidak mencukupi merupakan kendala utama dalam mengembangkan suatu usaha. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) seringkali menghadapi tantangan ini karena sifatnya yang individualistis dan tertutup, terutama mengandalkan modal pemilik yang terbatas.

Namun, memperoleh pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya terbukti sulit karena persyaratan administratif dan teknis yang ketat yang ditetapkan oleh lembaga-lembaga tersebut masih belum dapat dicapai.

2. Terbatasnya Sumber Daya Manusia

Keterbatasan sumber daya manusia menimbulkan tantangan besar bagi usaha kecil, terutama usaha yang telah diwariskan secara turun-temurun dalam keluarga. Kelangkaan sumber daya manusia, baik pendidikan formal maupun keahlian, berdampak signifikan terhadap pengelolaan usaha-usaha tersebut sehingga menghambat pertumbuhan optimalnya. Selain itu, terbatasnya tenaga kerja menjadikan tantangan bagi usaha kecil untuk menerima kemajuan teknologi baru yang dapat meningkatkan daya saing produk mereka.

3. Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi Pasar

Usaha kecil yang pada umumnya merupakan unit usaha keluarga, mempunyai jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi pasar yang rendah, oleh karena produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif. Berbeda dengan usaha besar yang telah mempunyai jaringan yang sudah solid serta didukung dengan teknologi yang dapat menjangkau internasional dan promosi yang baik.¹³

¹³ Lia Ulfa, *Dampak Pendapatan Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020) hal.15-17.

2. Karakteristik Usaha Mikro Kecil Menengah

Menurut Pandji Anoraga menjelaskan secara umum bahwa sektor usaha mikro kecil menengah memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat tidak terbatas.
- b. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasi. Untuk memperoleh dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi yang standar dan transparan.
- c. Memiliki pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan yang masih sangat terbatas.
- d. Kurangnya modal dalam menjalankan usaha.
- e. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan dipasar yang begitu tinggi.
- f. Sistem administrasi yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar.

Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahan-kelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.¹⁴

¹⁴ Pandji Anoraga, *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro* (Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana, 2010) hal.67.

3. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan taraf pendapatan keluarga supaya dapat mewujudkan kesejahteraan dalam keluarga. Usaha Mikro Kecil Menengah juga dianggap mempunyai peran yang strategis dalam mengatasi kemiskinan serta mengurangi pengangguran. Di negara sedang berkembang khususnya di Asia, Afrika dan Amerika Latin, UMKM juga berperan sangat penting, khususnya dari perspektif kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok miskin, distribusi pendapatan dan pengurangan kemiskinan, serta pengembangan ekonomi pedesaan.

Berikut beberapa peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yaitu:

- a. Dapat memperkuat perekonomian nasional melalui berbagai karakteristik sebuah usaha.
- b. Dapat meningkatkan efisiensi dalam ekonomi, terutama dalam hal menyerap sumber daya yang ada.
- c. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia, sering kali dikaitkan dengan masalah-masalah kemiskinan, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan pedesaan, serta masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah tersebut di atas.

- d. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dipandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan usaha, serta pendapatan karena jumlahnya yang tersebar di perkotaan maupun di pedesaan.¹⁵

4. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah

Strategi merupakan tindakan yang bersifat meningkat dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Sedangkan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh dunia usaha, pemerintah dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil, dan menengah melalui pemberian fasilitas, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saingnya.¹⁶

Suatu strategi dikatakan sebagai pengembangan jika secara sengaja organisasi mendesain strategi yang hendak meningkatkan kapasitas dan sumber daya yang pada akhirnya akan menciptakan postur organisasi baru yang berbeda di masa depan.¹⁷ Adapun strategi pengembangan usaha sebagai berikut¹⁸:

a. Strategi Produk

Produk merupakan hasil akhir atas kegiatan produksi yang dilakukan. Penerapan strategi produk bertujuan untuk memenangkan

¹⁵ Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hal. 77.

¹⁶ Saifuddin Zuhri, *Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 2, No. 3, hal. 49, (2013).

¹⁷ Muhammad Suwarsono, *Strategi Pemerintahan*, (Jakarta: Erlangga, 2018), hal. 86.

¹⁸ Karyoto, *Proses Pengembangan Usaha*, (Batang: Karyoto, 2021), hal. 25-38.

pasar dan mencapai pasar yang dituju sehingga dapat bersaing dengan produk-produk lainnya, tujuan utama strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing atau mengatasi pesaing.¹⁹

Strategi produk merupakan suatu cara yang akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya yang disebabkan karena adanya strategi produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang dipasarkan itu akan dapat menjual produk dirinya sendiri. Konsumen untuk membeli produk yang dibuat dengan memiliki kelebihan pada fitur dan fitur tersebut dapat berfungsi sesuai yang diharapkan. Branding atau nama produk juga sangatlah penting, semakin terkenal brand produk maka peluang menarik konsumen untuk membeli produk tersebut semakin tinggi. Hal tersebut karena faktor kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk. Bahkan, konsumen akan tetap akan menyebut suatu brand meski berbeda merk untuk produk yang sama.²⁰

b. Strategi Penjualan

Strategi penjualan berbeda dengan strategi pemasaran yang fokus pada marketing dan dominasi pasar, sedangkan strategi fokus pada sistem penjualan dan distribusi dengan tujuan memberi kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan di setiap outlet

¹⁹ Yupiter Mendrofa, *Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada Vian Jaya Kota Gunungsitoli*, Jurnal EMBA Vol. 9, No. 2, hal. 15, (2021).

²⁰ Sayid Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, (Ponorgo: Unmuh Ponorogo Press, 2017), hal. 72.

atau toko yang dikunjungi. Strategi penjualan dapat berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, bergantung pada produk, pasar, konsumen dan tujuan perusahaan. Strategi penjualan harus sejalan dan berintegrasi dengan strategi pemasaran. Strategi penjualan dan strategi pemasaran harus merupakan turunan dari grand strategi perusahaan.

Strategi penjualan merupakan rencana perusahaan mengenai sistem penjualan produk dan jasa untuk meningkatkan profit. Strategi penjualan yang disusun dengan baik dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan penjualan yang menakjubkan. Strategi penjualan merupakan petunjuk bagaimana menyampaikan produk kepada konsumen yang dikenal dengan istilah "go-to-market", secara efisien dan efektif.²¹

c. Strategi Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya para produsen ataupun perusahaan dengan konsumen untuk mengadakan transaksi jual dan beli suatu produk barang dan jasa. Perusahaan yang memiliki produk berusia lama atau sudah mencapai usia penurunan sulit untuk mempertahankan pelanggannya. Apabila perusahaan tetap bertahan dengan produk lama tentunya dapat menurunkan angka penjualan di masa mendatang. Strategi pasar adalah cara memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal oleh konsumen, dengan mempunyai tujuan yang diharapkan yaitu mengetahui karakteristik produk yang ingin dijual serta target pasarnya,

²¹ Elvie Mulia, *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual*, (Jakarta: Gramedia, 2015), hal. 106

mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi yang tepat untuk memasarkan produk, dan mengetahui tempat memasarkan produk yang akan dijual serta sistem pendistribusiannya.²²

d. Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah bagaimana cara menyebarluaskan produk atau layanan kepada pengguna akhir.²³ Distribusi adalah ketersediaan produk dan kemudahan membeli produk, strategi distribusi dapat diukur dari beberapa indikator yaitu:

- 1) Ketersediaan barang adalah ketersediaan produk atau stok barang pada tahapan saluran distribusi.
- 2) Proses pemesanan adalah proses distribusi dari produk ke produsen, proses pemesanan, sampai ke tangan pelanggan.
- 3) Kecepatan dalam pengiriman adalah rute perjalanan pengiriman barang dari batas yang sudah ditentukan oleh produsen.
- 4) Kemudahan dalam memperoleh produk adalah kemudahan mendapat suatu produk dengan pelayanan distribusi yang benar.²⁴

²² Sayid Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, hal. 71.

²³ Aji Damanur dan Yuni Puspitaningrum, *Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun*, Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research, Vol. 2, No. 2, hal. 292.

²⁴ Heru Sucianto Tjia, dkk, *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Kinetja, Vol. 14, No. 2, hal. 94, (2020)

5. Emping Melinjo

Melinjo (*Gnetum gnemon, L.*) merupakan tumbuhan berbiji terbuka (*gymnospermae*), dengan tanda : biji tidak terbungkus daging tapi hanya dibungkus cangkangnya saja. Pohon melinjo memiliki banyak cabang di berbagai bagian batang, cabang dan ranting terdapat ruas dimana tangkai daun, ranting dan cabang. Ranting dan cabang tanaman melinjo tidak berkerabat dekat dengan batang tanaman, sehingga mudah untuk lepas. Tanaman melinjo tidak memerlukan kondisi tanah khusus, sehingga dapat tumbuh pada tanah-tanah liat atau lempung, berpasir dan berkapur.

Emping melinjo adalah tumbuhan semusim berbiji terbuka berbentuk pohon dengan dua rumah (*diorciuous*, dengan individu jantan dan betina). Bijinya tidak berdaging tetapi tertutup oleh cangkang atau kulit luar. Batangnya kokoh dan dapat digunakan sebagai bahan bangunan. Daunnya berbentuk oval tunggal dengan ujung tumpul. Tanaman melinjo dapat tumbuh lebih dari 100 tahun, dan setiap panen besar dapat menghasilkan 80-100 kg melinjo, jika tidak dipangkas mencapai ketinggian 25 m di atas tanah. Tanaman melinjo dapat diperbanyak dengan cara generatif (berbiji) maupun vegetatif (okulasi, cangkokan, penyambungan dan stek).

Emping melinjo merupakan sejenis kerupuk yang terbuat dari biji melinjo yang sudah tua. Proses pembuatan emping melinjo tidak sulit dan dapat dilakukan dengan cara menggunakan alat-alat yang sederhana. Emping melinjo adalah salah satu komoditas pengolahan hasil pertanian yang

mempunyai nilai yang tinggi, karena harga jual yang relatif tinggi. Emping melinjo diklasifikasikan menurut kualitasnya sebagai berikut:

- a. Kualitas I atau kualitas super, dengan ciri-ciri wujudnya tipis transparan, seluruh permukaan memiliki ketebalan yang sama, warna putih transparan, bentuk bulat, tidak ada sambungan biji dan baunya normal.
- b. Kualitas II, bentuknya lebih tebal dari kualitas I, ciri-cirinya berwarna putih benih, ketebalan tidak rata dan terlihat penghubung pada biji.
- c. Kualitas III dengan ciri-ciri bentuk tebal, ketebalan tidak rata dan sisinya tidak rata, warna kusam dan biji sambungan terlihat.

Ada dua metode yang dikenal dalam proses pembuatan emping melinjo, yaitu biji melinjo dipanaskan terlebih dahulu sebelum diperas dengan cara:

- a. Digoreng sangan, ialah menggoreng dalam wajan aluminium atau wajan yang terbuat dari tanah (layah, kual) yang ditumbuk tanpa minyak goreng.
- b. Direbus. Secara umum, proses pembuatan emping melinjo menggunakan cara menggoreng sangan. Dilengkapi dengan pasir, maka biji melinjo yang digoreng sangan akan matang secara merata karena sifat pasirnya sangat cepat menerima panas dengan cepat dan dengan mencampur biji melinjo berbaur pasir panas sambil dibolak-balik, dan kemasakan biji melinjo dapat didistribusikan secara merata. Dengan menggoreng sangan, aroma dan zat yang terkandung dalam biji melinjo tidak hilang,

sehingga akan diperoleh emping melinjo yang memiliki rasa yang enak dan lezat.²⁵

6. Ekonomi Keluarga

Keluarga terdiri dari dua atau tiga individu yang disatukan oleh perkawinan, darah, dan mereka hidup dalam kehidupan berumah tangga, saling berinteraksi satu sama lain, serta dalam peran yang sama, menciptakan dan juga mempertahankan budaya mereka. Mengenai konsep taraf hidup adalah istilah yang sangat populer di kalangan masyarakat. Namun, sampai sekarang istilah tersebut ada yang mengartikan kesejahteraan keluarga ada pula yang mengartikan sebagai pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat. Salah satu masalah utama yang dihadapi konsep taraf hidup atau yang disebut kebutuhan dasar. Kehidupan sehari-hari berkualitas sangat dipengaruhi oleh faktor sosial ekonomi yang selanjutnya berfokus pada bagian pendidikan, status sosial, total pendapatan serta bagi hasil. Jadi jika faktor sosial ekonomi bekerja dengan sempurna dan kualitas.

Ekonomi yaitu kata serapan dari bahasa Inggris, yaitu *economy*. Kata *economy* itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, ialah *oikonomike* yang berarti pengelolaan rumah tangga. Ekonomi keluarga adalah upaya mengambil dan melaksanakan keputusan yang berkaitan dengan alokasi sumber daya rumah tangga yang terbatas di antara berbagai anggota, dengan mempertimbangkan kemampuan, upaya, dan keinginan mereka. Dengan demikian, rumah selalu dihadapkan pada banyak keputusan dan pelaksanaannya. Ilmu ekonomi berusaha untuk membuat dan melaksanakan keputusan yang berkaitan

²⁵ Iryani Riastuti. *Analisis Pemasaran Emping Melinjo Di Kabupaten Sragen*, (UNS-F. Pertanian Jur. Agrobisnis, 2008), hal. 6.

dengan alokasi sumber daya masyarakat yang terbatas (rumah tangga dan usaha/usaha) di antara anggota yang berbeda, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing individu. Dengan kata lain, bagaimana masyarakat (termasuk rumah tangga dan bisnis/usaha) mengelola sumber daya yang langka melalui pembuatan dan implementasi kebijakan.²⁶

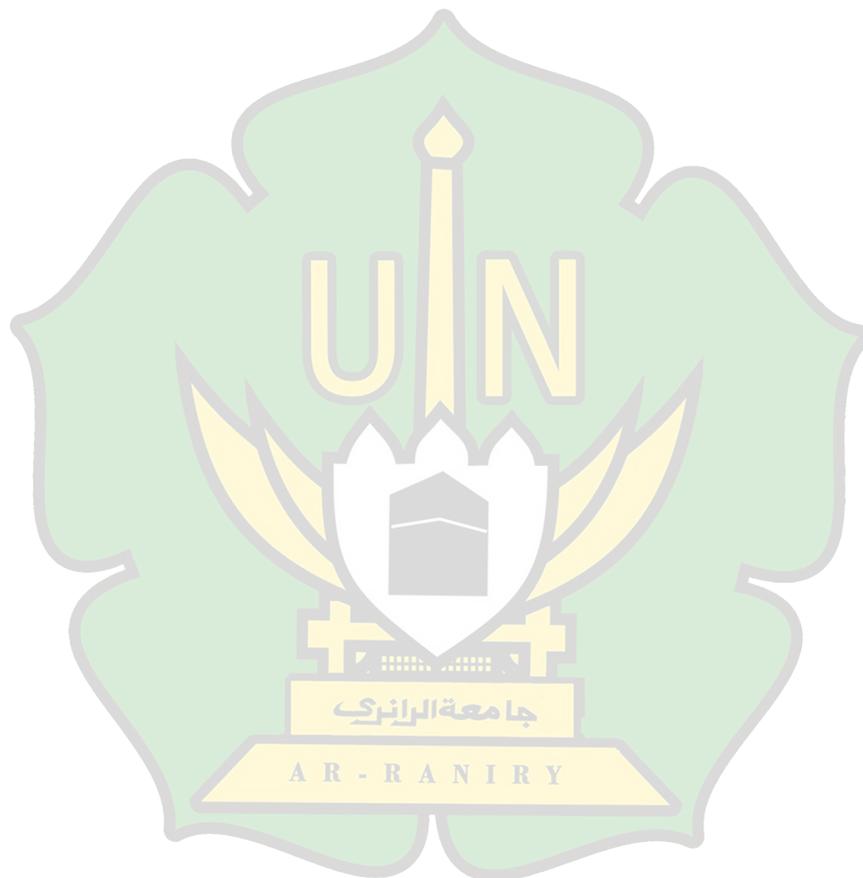
Kesejahteraan keluarga dapat dibentuk dari unit terkecil dari masyarakat yang terdiri dari ayah, Ibu dan anak-anak mereka yang hidup secara harmonis, diliputi dengan rasa kasih sayang, hidup rukun dan damai, hak-hak fisik dan mendalam terpenuhinya serta terwujud dalam keluarga yang penuh dengan cinta dan kasih sayang, serta ketenangan, kedamaian dan rukun serta mengamalkan ajaran agama beserta memiliki akhlak yang mulia.²⁷

Jadi, ekonomi keluarga adalah unit terkecil (keluarga) dari sistem ekonomi yang lebih besar seperti perusahaan atau bangsa. Studi ekonomi keluarga membahas bagaimana keluarga menghadapi masalah kurangnya sumber daya untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan mereka akan barang dan jasa, sehingga keluarga datang dalam varietas yang berbeda untuk mencapai tujuan mereka. Kita harus dapat memilih dari kegiatan atau pekerjaan. Dalam hal ini, penelitian ekonomi adalah tentang keinginan,

²⁶ Damsar & Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi, Cet ke 5* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hal. 9

²⁷ Enues Wanimbo, *Kehidupan Sosial Ekonomi Keluarga Petani Dalam Meningkatkan Taraf Hidup.*” *Jurnal Sosial dan Budaya*, VOL. XII No. 3, hal. 1-18, (2019)

kebutuhan, sumber daya, pilihan dan keputusan, kegiatan ekonomi, atau pekerjaan dan tujuan ekonomi.



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif yang mana didasari pada keinginan untuk fokus pada pembahasan dan pemecahan masalah terkini dan praktis dengan mengumpulkan dan menganalisis data secara objektif. Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan dimana peneliti turun langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan dan menemukan apa yang ingin diteliti.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penerapan pendekatan penelitian kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan objek penelitian.²⁸

Adapun metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif, Tujuannya untuk memberikan gambaran yang jelas tentang keadaan objek yang diteliti berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan. Metode deskriptif adalah penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini

²⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabet, 2018), hal. 2.

dari suatu objek yang meliputi kegiatan penilaian sikap atau pendapat terhadap individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah menjawab pertanyaan dari objek yang diteliti.²⁹

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan secara langsung turun ke lapangan untuk mendapatkan serta mengumpulkan data dari para responden. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif ini dipilih bertujuan supaya mendapatkan gambaran yang jelas tentang peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Penulis juga melakukan kajian pustaka untuk menjadi bahan pendukung penelitian ini.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti melakukan penelitian dan secara khusus merupakan tempat diperolehnya data penelitian yang akurat dengan menangkap fenomena dan peristiwa yang benar-benar terjadi pada subjek penelitian. Lokasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie. Penulis menentukan lokasi ini dikarenakan masyarakat di Desa Jurong Baro banyak terdapat pelaku UMKM emping melinjo yang merupakan salah satu usaha yang dapat membantu meningkatkan ekonomi keluarga di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie.

²⁹ Laxy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), hal. 4.

Penelitian ini dilaksanakan pada semester genap dalam jangka waktu 1 (satu) bulan, mulai dari tanggal 1 Juni 2023 sampai dengan 03 Juli 2023, sehingga peneliti dapat menemukan data yang akurat dan sesuai dengan kebutuhan

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian juga disebut dengan informan. Informan merupakan orang yang dipercayai oleh peneliti untuk menjadi narasumber atau sumber informasi yang dapat memberikan informasi secara akurat dan terpercaya untuk melengkapi data penelitian. Dan dalam penelitian ini sudah menentukan beberapa orang yang harus menjadi informan dalam penelitian. Adapun yang menjadi subjek atau informan dalam penelitian ini terdiri 15 orang pelaku UMKM emping melinjo.

E. Teknik Penentuan Informan

Informan penelitian merupakan orang yang akan diwawancarai oleh peneliti untuk mendapatkan informasi. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil datanya dengan menggunakan cara-cara tertentu. Penelitian ini cenderung memilih teknik *purposive sampling* yang bertujuan untuk dapat memilih informasi yang memiliki kriteria atau informasi yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Sehingga, dalam mengumpulkan data pilihan informasi dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan peneliti dalam mencari dan memperoleh suatu data.³⁰ Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM emping

³⁰ Iman Suprayogo Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hal.165.

melinjo dan kepala desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan dengan maksud tertentu, percakapan ini dilakukan oleh dua orang yaitu pewawancara yang menanyakan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah diajukan.³¹ Dalam penelitian ini, peneliti mencatat atau merekam semua jawaban dari informan dengan apa adanya. Jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti yaitu wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara terstruktur adalah dimana peneliti sudah mempersiapkan pertanyaan terlebih dahulu sebelum mewawancarai informan. Orang yang akan diwawancarai terdiri dari kepala desa dan pelaku UMKM beserta anggota keluarganya.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu cara untuk menganalisis serta melakukan pencatatan yang dilakukan secara lengkap terhadap objek yang diamati secara langsung. Artinya, proses pengambilan data dalam penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung kondisi yang berkaitan dengan objek penelitian.³² Untuk melengkapi cara supaya dapat

³¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabet, 2018), hal.186.

³² Laxy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), hal. 203.

mendapatkan data yang lengkap serta tepat, maka peneliti menggunakan metode observasi yaitu mengamati, mencari data dari beberapa fakta dilapangan mengenai hal yang berkaitan dengan permasalahan di lokasi penelitian. Pada penelitian ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mengetahui secara detail mengenai UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu catatan kejadian atau peristiwa yang telah lampau yang dinyatakan dalam bentuk buku, tulisan angka, arsip dan gambar. Dokumentasi ini mencatat semua hasil wawancara dan keterangan yang diberikan oleh informan. Dalam penelitian ini dokumentasi dapat diperoleh dari gambar atau buku-buku referensi yang dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini.³³

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang

³³ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Alfabet, 2018), hal.476.

akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.³⁴

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

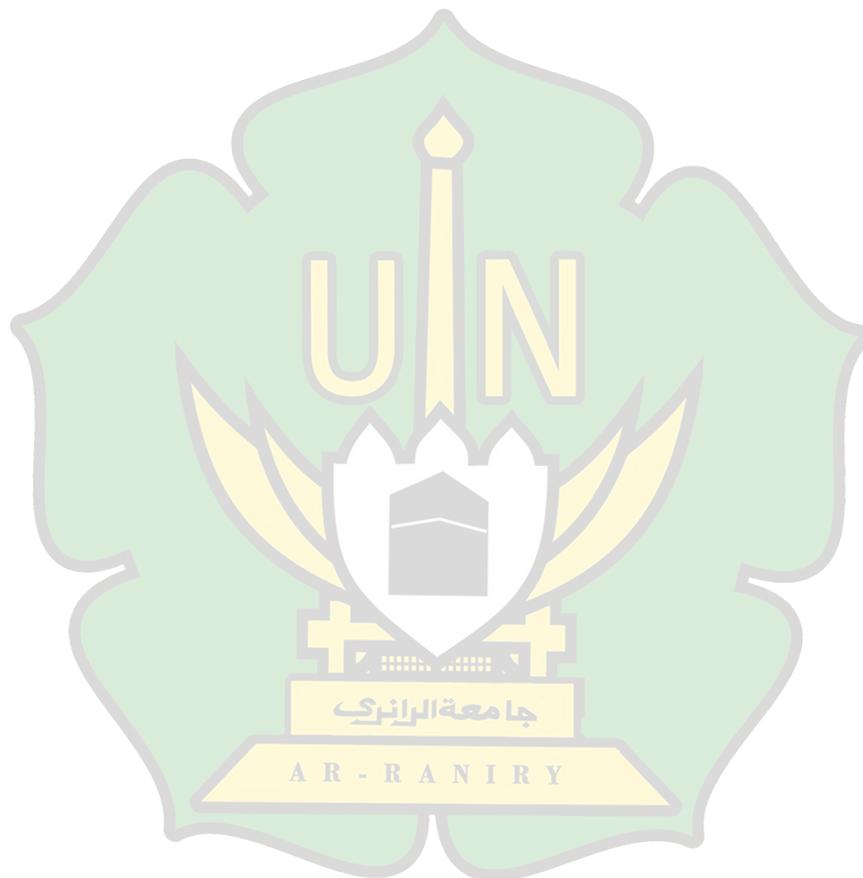
Penyajian data merupakan penyusunan data dan informasi dengan membuat rangkuman temuan penelitian secara sistematis, terstruktur. Lalu dianalisis secara teknis induktif ke deduktif, artinya setiap informasi yang diperoleh dari setiap informan di analisis datu persatu, kemudian di tarik kesimpulan bersifat umum. Penyajian data dapat dijadikan sebagai kumpulan informasi yang tersusun, sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif

³⁴ *Ibid.* Hal.482.

masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.³⁵



³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: CV Alfabet, 2018), hal. 247-253.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan secara rinci: “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”.

UMKM atau singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha kerakyatan yang saat ini mendapat perhatian dan keistimewaan yang diamanatkan oleh Undang-undang, antara lain bantuan kredit usaha dengan bunga rendah, kemudahan persyaratan izin usaha, bantuan pengembangan usaha dari lembaga pemerintah, serta beberapa kemudahan lainnya.

UMKM Emping Melinjo merupakan salah satu UMKM di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie. UMKM Emping Melinjo yaitu sebuah usaha yang di dirikan oleh ibu rumah tangga asli warga Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie. Menurut Data Badan Pusat Statistik

(BPS) Pidie, luasan tanam pohon Melinjo mencapai 33,075 ribu Hektare. Dengan luas tanam lebih dari 33 ribu Hektare itu, menjadikan Kabupaten Pidie sebagai surganya Mulieng (Melinjo). Bahkan BPS menyebutkan, Mulieng tidak hanya sekedar panen lalu dijual, tetapi beberapa wilayah di Pidie mengolahnya menjadi Kerupuk Emping dari buah Melinjo. Salah satu wilayah penghasil Kerupuk Mulieng ialah Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie.

Emping Melinjo merupakan salah satu Komoditi pengolahan hasil pertanian yang memiliki nilai tinggi, baik karena rasa yang enak, dan harga jual yang relatif mahal. UMKM Emping Melinjo kini telah menjadi pekerjaan utama para ibu-ibu rumah tangga di Desa Jurong Baro. Yang mana peneliti sudah mewawancarai Kepala Desa Jurong Baro yang mengetahui sejarah dari emping melinjo. Menurut keterangan yang disampaikan Kepala Desa Jurong Baro, pada awalnya biji Melinjo tidak diperjual belikan. Biji Melinjo yang masih muda digunakan sebagai bahan sayur-sayuran, dan yang sudah tua digonseng untuk dimakan oleh anak-anak, terutama sekali pada musim hujan. Kemudian pada pertengahan tahun 1960-an, biji Melinjo yang sudah tua mulai diproses menjadi Emping Melinjo (Kerupuk Mulieng).

Hasil produksinya itu dipasarkan ke Kota Beureunuen. Kemudian oleh pedagang-pedagang di Kota Beureunuen memasarkannya ke kota-kota lain di Aceh, bahkan ke provinsi Sumatera Utara. Lama kelamaan, Emping Melinjo mulai dikonsumsi oleh banyak orang, dan permintaannya pun terus meningkat di pasaran. Pada mulanya, pengrajin emping melinjo di Desa Jurong Baro, memperoleh bahan baku (Biji Melinjo) dari kampungnya sendiri. Tetapi karena permintaan pasar yang

terus meningkat, dan bertambahnya jumlah pengrajin, Desa Jurong Baro pun kekurangan bahan baku. Sehingga pengrajin saat itu mencari dan membeli bahan baku (Biji Melinjo) ke kampung-kampung tetangga bahkan hingga keluar Kecamatan Glumpang Baro. Tetapi, sekarang untuk memperoleh bahan baku, pengrajin tidak harus mencari sendiri lagi ke kampung-kampung, karena sudah bermunculan para Muge-muge atau para pedagang pengumpul buah Melinjo. Untuk mewujudkan sebuah UMKM emping melinjo yaitu salah satunya mengembangkan usaha dengan melakukan kegiatan pemasaran yang lebih luas. UMKM Emping Melinjo selain memproduksi emping melinjo mentah, mereka juga memproduksi beberapa varian rasa, yaitu rasa balado, rasa jagung bakar, rasa caramel dan rasa balado hijau. Maka UMKM Emping Melinjo ini diharuskan melakukan kegiatan pemasaran atau strategi bauran pemasaran guna memperluas jangkauan informasi ke calon pelanggan.

1. Kondisi Geografis

Desa tempat diadakan penelitian adalah Desa Jurong Baro salah satu desa dalam wilayah Kemukiman Glumpang Payong, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie, Provinsi Aceh. Desa Jurong Baro dilalui jalan yang menghubungkan Kabupaten Pidie dengan Kabupaten Pidie Jaya (Pijay). Secara geografis Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie merupakan salah satu bagian dari Kabupaten Pidie. Di Desa Jurong Baro tercatat jumlah penduduk 467 jiwa dan terbagi atas dua jenis kelamin, yang mana jenis kelamin laki-laki sebanyak 217 jiwa dan jenis kelamin perempuan sebanyak 250 jiwa.

Secara topografi Desa Jurong Baro termasuk dalam kategori daerah dataran rendah dengan ketinggian ± 9 meter dari permukaan laut. Luas keseluruhan wilayah Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie adalah 610.000 m².

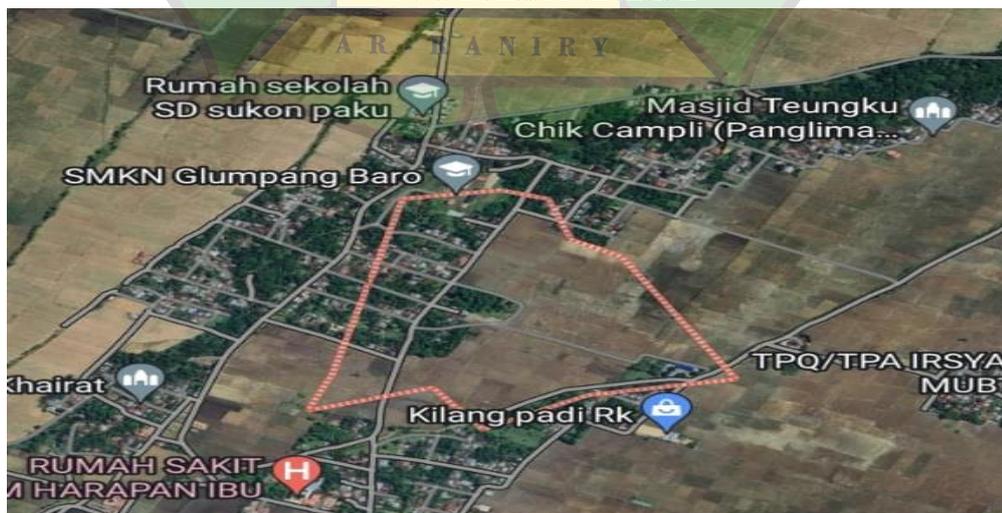
Adapun batasan-batasan wilayah Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Desa Blang Baroh dan Desa Sukon Paku
- b. Sebelah Timur : Pulo Iboih
- c. Sebelah Selatan : Desa Sagoe
- d. Sebelah Barat : Desa Geunteng

2. Peta Wilayah

Berikut peta wilayah Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie yang merupakan tempat peneliti melakukan penelitian ini.

Gambar 4.1
Peta Lokasi Penelitian



Sumber: Google Maps (2024)

B. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, semua nama dari informan ditulis dengan inisial dari pelaku UMKM di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 15 orang yang merupakan 14 pelaku UMKM dan 1 kepala desa.

1. Keadaan Umum Informan Berdasarkan Umur

Tabel 4.1
Keadaan Umum Informan Berdasarkan Umur

No	Nama	Usia
1.	MD	45 Tahun
2.	EM	42 Tahun
3.	RS	39 Tahun
4.	RK	24 Tahun
5.	JL	37 Tahun
6.	NS	24 Tahun
7.	NR	53 Tahun
8.	YN	39 Tahun
9.	FH	51 Tahun
10.	MH	40 Tahun
11.	NR	45 Tahun
12.	NA	45 Tahun
13.	SA	51 Tahun
14.	NH - R A N	33 Tahun
15.	SZ	28 Tahun

Sumber: Wawancara dengan informan (2024)

Berdasarkan tabel diatas keadaan umum informan berdasarkan usia yang berusia 24 tahun sebanyak dua orang, 28 tahun sebanyak satu orang, 33 tahun sebanyak satu orang, 37 tahun sebanyak satu orang, 39 tahun sebanyak tiga orang, 40 tahun sebanyak satu orang, 45 tahun tahun sebanyak tiga orang, 51 tahun sebanyak dua orang dan 53 tahun sebanyak satu orang.

2. Keadaan Umum Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.2
Keadaan Umum Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Nama	Tingkat Pendidikan Terakhir
1.	MD	SMA
2.	EM	D-III
3.	RS	SMP
4.	RK	SMA
5.	JL	SMA
6.	NS	SMA
7.	NR	SMA
8.	YN	S-1
9.	FH	SMA
10.	MH	SMP
11.	NR	SMA
12.	NA	SMP
13.	SA	SMP
14.	NH	SMA
15.	SZ	SMA

Sumber: Wawancara dengan informan (2024)

Berdasarkan tabel diatas, tingkat pendidikan terakhir informan adalah SMP sebanyak empat orang, SMA sebanyak sembilan orang, D-III sebanyak satu orang dan S-1 sebanyak satu orang.

3. Keadaan Umum Informan Berdasarkan Jabatan

Tabel 4.3
Keadaan Umum Informan Berdasarkan Jabatan

No	Nama	Jabatan
1.	MD	Kepala Desa
2.	EM	Pelaku UMKM
3.	RS	Pelaku UMKM
4.	RK	Pelaku UMKM
5.	JL	Pelaku UMKM
6.	NS	Pelaku UMKM
7.	NR	Pelaku UMKM
8.	YN	Pelaku UMKM

9.	FH	Pelaku UMKM
10.	MH	Pelaku UMKM
11.	NR	Pelaku UMKM
12.	NA	Pelaku UMKM
13.	SA	Pelaku UMKM
14.	NH	Pelaku UMKM
15.	SZ	Pelaku UMKM

Sumber: Wawancara dengan informan (2024)

4. Keadaan Umum Informan Berdasarkan Jumlah Anak Yang Menjadi Tanggungan Dalam Keluarga

Tabel 4.4
Keadaan Umum Informan Berdasarkan Jumlah Anak Yang Menjadi Tanggungan Dalam Keluarga

No	Nama	Jumlah Anak Yang Menjadi Tanggungan
1.	MD	2
2.	EM	3
3.	RS	3
4.	RK	1
5.	JL	4
6.	NS	2
7.	NR	2
8.	YN	3
9.	FH	3
10.	MH	3
11.	NR	2
12.	NA	2
13.	SA	3
14.	NH	2
15.	SZ	1

Sumber: Wawancara dengan informan (2024)

Berdasarkan tabel diatas, informan berdasarkan jumlah anak yang menjadi tanggungan dalam keluarga adalah MD sebanyak dua orang, EM sebanyak tiga orang, RS sebanyak tiga orang, RK sebanyak satu orang,

JL sebanyak empat orang, NS sebanyak dua orang, NR sebanyak dua orang, YN sebanyak tiga orang, FH sebanyak tiga orang, MH sebanyak tiga orang, NR sebanyak dua orang, NA sebanyak dua orang, SA sebanyak tiga orang, NH sebanyak dua orang dan SZ sebanyak satu orang.

C. Hasil Penelitian

1. Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Mengembangkan Usahanya di Desa Jurong Baro

Dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah emping melinjo di Desa Jurong Baro terdapat beberapa strategi yang dilakukan yaitu:

a. Strategi Produk

Strategi produk adalah salah satu cara yang bisa menempatkan sebuah usaha dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya yang disebabkan karena adanya strategi produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang dipasarkan itu akan dapat menjual produk dirinya sendiri. Berikut jawaban yang dikemukakan oleh Kepala Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan “Apa saja jenis emping melinjo yang di produksi?”

Informan yang berinisial MD menjawab :

“Jenis emping melinjo yang di produksi oleh pelaku UMKM adalah emping melinjo yang mentah tanpa ada varian rasa, karena untuk emping

melinjo sendiri masih banyak konsumen yang minat untuk membeli emping melinjo yang mentah dan kami juga sudah menambah varian produk dari emping melinjo yaitu dari yang mentah, orgininal, rasa caramel, ras jagung dan rasa balado”.³⁶

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa informan dengan pertanyaan yang sama yaitu, “Apa saja jenis emping melinjo yang Ibu produksi?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Pertama kami memproduksi emping aceh varian siap saji atau varian rasa dan juga ada memproduksi emping aceh yang mentah. Bahan utama yang kami gunakan untuk emping melinjo yaitu biji melinjo”.³⁷ Informan yang berinisial RS menjawab: “Kami hanya memproduksi emping melinjo yang mentah saja, walaupun tanpa ada varian rasa penjualan emping melinjo juga meningkat”.³⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa jenis produksi emping bukan hanya emping melinjo yang mentah saja akan tetapi ada juga yang memproduksi emping melinjo yang siap saji dengan berbagai varian rasa yaitu dari yang mentah, orgininal, rasa caramel, ras jagung dan rasa balado. Sehingga ini dapat menarik perhatian konsumen dalam mengembangkan usaha tersebut.

³⁶ Hasil wawancara dengan Kepala Desa yang berinisial MD, Senin, 3 Juni 2024.

³⁷ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

³⁸ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

b. Strategi Penjualan

Strategi penjualan adalah petunjuk bagaimana menyampaikan produk kepada konsumen yang dikenal dengan istilah "*go-to-market*", secara efisien dan efektif. Penjualan bisa dilakukan secara langsung turun ke lapangan dan bisa dilakukan secara *online* dimana para pelaku UMKM menjual produk barangnya melalui media sosial.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Bagaimana langkah-langkah yang Ibu lakukan supaya usaha yang Ibu jalankan bisa bertahan dan berkembang?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Adanya peran dan partisipasi dari Ibu-Ibu yang bekerja, jadi tidak ada usaha yang mudah tapi teruslah berproses dan teruslah berupaya semaksimal mungkin dalam mengembangkan usaha kami. Jadi apabila ada masalah dan rintangan itu InsyaAllah bisa kami lalui bersama-sama, artinya Ibu-Ibu juga mau diajak bekerja sama dalam mengatasi masalah dan rintangan yang dilalui serta juga memanfaatkan media *online* untuk meningkatkan penjualan”.³⁹

Informan yang berinisial JL menjawab: “Langkah yang kami lakukan untuk mengembangkan usaha emping melinjo yaitu bekerjasama dengan Ibu-Ibu yang bekerja di usaha ini dan memproduksi emping melinjo dengan berbagai varian rasa untuk meningkatkan daya minat konsumen dan kami

³⁹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

juga menggunakan media *online* untuk meningkatkan penjualan produk kami”.⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa untuk mengembangkan usaha emping melinjo yaitu adanya peran dan partisipasi dari Ibu-Ibu yang mau bekerja sama dalam memproduksi emping sehingga apabila terjadi masalah dan rintangan bisa kami atasi secara bersama-sama. Para pelaku UMKM selain menggunakan strategi penjualan dengan memanfaatkan media *online* untuk meningkatkan penjualan, media *online* yang digunakan untuk menjual produknya yaitu ada Instagram, Facebook dan WhatsApp. Para pelaku UMKM juga menambah varian rasa untuk meningkatkan daya minat konsumen sehingga usaha tersebut bisa berkembang.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Apa saja yang menjadi kendala Ibu dalam mengembangkan usaha tersebut?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Kendalanya yang pertama ketika musim tanam padi tiba, kami harus stop memproduksi emping melinjo sebentar karena Ibu-Ibu banyak pergi ke sawah tapi ada juga Ibu-Ibu yang tetap stay untuk memproduksi emping. Kendala lainnya adalah ketika harga biji melinjo naik, karena biji melinjo adalah bahan utama dalam mengolah emping”.⁴¹

⁴⁰ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial JL, Jum'at, 7 Juni 2024

⁴¹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala utamanya adalah ketika para pekerja sudah mulai musim sawah sehingga sehingga hal tersebut membuat produksi emping melinjo berkurang dan masalah kedua adalah ketika harga biji melinjo naik.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Bagaimana cara Ibu mengatasi permasalahan tersebut?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Kalo Ibu-Ibunya mulai musim tanam padi tiba, otomatis orang yang memproduksi emping melinjo jadi berkurang. Sehingga kami siasati dari awal untuk lebih cepat memproduksi emping melinjo sebelum masa tanam padi tiba. Terkadang kami juga menggunakan Ibu-Ibu yang tidak turun ke sawah dengan upah yang lumayan berbeda karena produksinya terbatas. Dan untuk permasalahannya emping melinjo ini juga kami sampaikan ke dinas-dinas terkait agar ada solusinya, karena kalo dari kami sendiri belum ada solusinya untuk masalah ini”.⁴²

Informan yang berinisial JL menjawab: “Kami berusaha memproduksi emping melinjo lebih dari hari-hari biasanya untuk menjaga stok supaya konsumen tidak merasa kecewa karena stok emping melinjo berkurang”.⁴³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa cara untuk mengatasi masalah tersebut yaitu dengan cara memproduksi emping

⁴² Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁴³ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial JL, Jum'at, 7 Juni 2024

melinjo lebih banyak dari hari biasanya untuk menambah stok supaya dapat menjaga kebutuhan para konsumen.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Apakah Ibu ada melakukan pembukuan terhadap pendapatan yang diperoleh?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Ada, tapi belum tercatat dengan baik”.⁴⁴ Informan yang berinisial JL menjawab: “Kami ada membuat pembukuan terhadap pendapatan yang kami peroleh dari hasil jual emping melinjo guna melihat apakah kami mengalami kerugian atau memperoleh keuntungan, tetapi kami belum mencatat dengan baik laporan tersebut”.⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM juga melakukan pembukuan terhadap pendapatan yang mereka peroleh guna melihat usaha mereka mengalami kerugian atau keuntungan, walaupun pembukuan mereka belum tercatat dengan baik.

c. Strategi Pasar

Strategi pasar adalah cara memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal oleh konsumen, dengan mempunyai tujuan yang diharapkan yaitu mengetahui karakteristik produk yang ingin dijual serta target pasarnya, mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi yang tepat untuk

⁴⁴ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial JL, Jum'at, 7 Juni 2024

memasarkan produk, dan mengetahui tempat memasarkan produk yang akan dijual serta sistem pendistribusiannya.⁴⁶

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh Kepala Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Melalui apa Ibu melakukan pemasaran produk emping emping melinjo?”

Informan Kepala Desa yang berinisial MD menjawab: “Rata-rata dari pelaku UMKM di desa kami sudah bekerjasama dengan agen dan reseller serta memanfaatkan media *online* sehingga dengan mudah mereka menjual produk mereka tanpa harus turun ke lapangan”.⁴⁷ Informan yang berinisial JL menjawab: “Setiap emping melinjo yang kami produksi langsung kami kabarin ke agen atau reseller kami dan mereka langsung pergi ke tempat kami untuk mengambil produk emping melinjo”.⁴⁸

Informan yang berinisial EM menjawab: “Karena di rumah harapan itu sudah inden artinya kita sudah ada reseller dan agen, jadi setiap yang kita produksi itu sudah diterima oleh agen dan reseller. Kami juga memanfaatkan media *online* memasarkan produk kami kepada konsumen dengan mudah tanpa harus turun ke lapangan langsung dan kami juga mengikuti setiap kegiatan seperti expo dan bazar.”⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa setiap produk emping melinjo yang mereka produksi sudah ada agen dan reseller

⁴⁶ Sayid Abas, *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*, hal. 71.

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Kepala Desa yang berinisial MD, Senin, 3 Juni 2024.

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial JL, Jum'at, 7 Juni 2024.

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

serta memanfaatkan media *online*, sehingga dengan memudahkan mereka dalam memasarkan produk mereka kepada konsumen tanpa harus turun langsung ke lapangan dan juga memanfaatkan kegiatan seperti expo dan bazar.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh Kepala Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti dengan pertanyaan, “Apa mereka menggunakan media *online*?”

Informan Kepala Desa yang berinisial MD menjawab: “Rata-rata dari pelaku UMKM desa Jurong Baro ada yang menggunakan media *online* untuk mempromosikan produk mereka tanpa harus turun ke lapangan lagi”.⁵⁰

Informan yang berinisial EM menjawab: “Ya jelas kami menggunakan media *online* untuk memperkenalkan produk emping melinjo kepada orang tanpa harus turun ke lapangan lagi. Nama IG kami Rumah Harapan UKM dan emping melinjo chip”.⁵¹

Informan yang berinisial RS menjawab: “Kami mempromosi produk emping melinjo selain langsung terjun ke lapangan juga ada melalui status WhatsApp, guna menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan melakukan pemasaran via WhatsApp maka penjualan produk emping melinjo akan meningkat”.⁵²

⁵⁰ Hasil wawancara dengan Kepala Desa yang berinisial MD, Senin, 3 Juni 2024.

⁵¹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁵² Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata para pelaku UMKM sudah memanfaatkan media *online* untuk mempromosikan produk emping melinjo sehingga emping melinjo sudah dikenal oleh para konsumen dan konsumen akan mengorder produk emping melinjo sehingga dapat meningkatkan penjualan dari usaha mereka.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Apakah dengan menggunakan pemasaran tersebut terdapat perkembangan untuk usaha Ibu?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Ya jelas sekali, dengan kami menggunakan media *online* untuk promosi produk emping melinjo, banyak sekali yang memesan melalui platform IG dan WhatsApp”.⁵³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan media *online*, mereka dapat meningkatkan angka penjualan dari usaha tersebut sehingga potensi untuk mendapatkan keuntungan pun semakin besar.

d. Strategi Distribusi

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat diketahui bahwa distribusi yang dilakukan para pelaku UMKM yaitu dengan mendistribusikan produk emping melinjo kepada para agen dan reseller. Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara

⁵³ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Apakah Ibu ada membangun kemitraan dengan pihak lain?”

“Informan yang berinisial EM menjawab: “Ya, kami ada kerjasama dengan reseller dan agen lain untuk memudahkan konsumen dalam membeli produk kami, yang mana produk kami akan diambil oleh para agen dan reseller dalam seminggu dua kali”.⁵⁴ Informan yang berinisial RS menjawab: “Ada, nanti produksi emping melinjo yang sudah siap kami produksi akan diambil oleh agen yang sudah bekerja sama dengan kami”.⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa para UMKM emping melinjo juga bekerja sama dengan agen dan reseller sebagai perantara antara produsen dengan konsumen untuk memudahkan mereka dalam membeli emping melinjo. Proses pengambilan produk dilakukan secara langsung oleh para agen dan reseller dalam seminggu dua kali.

2. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Pencapaian pertumbuhan ekonomi yang tinggi, dilakukan melalui upaya stabilisasi ekonomi, pemanfaatan sumber daya alam dan upaya yang dikaitkan dengan manajemen serta pola pengambilan keputusan dalam keluarga untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Manajemen didalam keluarga melibatkan suami istri sebagai pengendali keluarga. Peningkatan

⁵⁴ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

kesejahteraan keluarga tidak serta merta dilihat dari pemberian berupa uang saja, namun dilihat juga dari bentuk pembinaan keluarga tersebut.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh Kepala Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Sudah berapa lama mereka bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo?”

Informan yang berinisial MD menjawab: “Rata-rata mereka mulai bekerja sebagai pelaku UMKM ada yang sejak tahun 2002, 2004, 2016 dan 2018, bahkan ada yang bekerja sebagai pelaku UMKM sebelum menikah sampai dengan sekarang”.⁵⁶

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Sudah berapa lama Ibu bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “ Saya bekerja sebagai pelaku UMKM sejak tahun 2016 sampai dengan sekarang”.⁵⁷ Informan yang berinisial RS menjawab: “Saya bekerja sebagai pelaku UMKM sudah 20 tahun, dimulai dari 2004 kami sudah lama memproduksi emping melinjo”.⁵⁸

Informan yang berinisial NR menjawab: “Saya bekerja sebagai pelaku UMKM sudah hampir 22 tahun, semenjak tahun 2002”.⁵⁹

Informan yang berinisial YN menjawab: “Saya sebelum menikah sudah bekerja sebagai pelaku UMKM untuk membantu perekonomian keluarga

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Kepala Desa yang berinisial MD, Senin, 3 Juni 2024.

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial NR, Senin, 10 Juni 2024.

saya, setelah menikah saya masih juga bekerja sebagai pelaku UMKM untuk membantu suami dalam meningkatkan pendapatan keluarga”.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mereka bekerja sebagai pelaku UMKM ada yang sudah 8 tahun bahkan ada yang hampir 22 tahun dan ada juga yang memilih bekerja sebagai pelaku UMKM sebelum menikah dengan alasan ingin membantu meningkatkan pendapatan keluarga. Berarti dengan mereka bekerja sebagai pelaku UMKM mereka bisa meningkatkan pendapatan dalam keluarga mereka.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan “Apakah Ibu sebelum memutuskan untuk bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo memiliki pekerjaan lain?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Tidak, saya hanya bekerja sebagai pelaku UMKM emping melinjo saja”.⁶¹ Informan yang berinisial RS menjawab: “Tidak, saya sejak umur 20 tahun sudah bekerja sebagai pelaku UMKM dalam memproduksi emping melinjo”.⁶²

Informan yang berinisial NR menjawab: “Iya, saya bekerja sebagai pelaku UMKM hanya untuk usaha sampingan saja. Jika pada musim sawah tiba saya akan pergi ke sawah untuk menanam padi, setelah musim sawah selesai saya akan memproduksi emping melinjo lagi”.⁶³

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial YN, Senin, 10 Juni 2024.

⁶¹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁶² Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

⁶³ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial NR, Senin, 10 Juni 2024.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa ada sebagian dari mereka hanya bekerja sebagai pelaku UMKM saja dan sebagian dari informan bekerja sebagai pelaku UMKM hanya sebagai usaha sampingan karena mereka pada musim sawah mereka akan bekerja sebagai petani padi.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Berapa modal pertama Ibu dalam usaha emping melinjo?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Untuk modal pertama tidak tercatat, tapi minimal ada sekitar 3-5 juta untuk membeli bahan baku dan membayar upah para pekerja”.⁶⁴ Informan yang berinisial NR menjawab: “Untuk modal yang kami keluarkan pada masa itu sekitar 500 ribu, kalo untuk sekarang ada sekitar 2-3 juta”.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa modal yang dibutuhkan untuk memulai usaha emping melinjo sekitar 2 juta ke atas itu membeli bahan utama dari emping yaitu biji melinjo dan untuk membayar upah pekerja.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Berapa pendapatan Ibu per bulan di usaha Emping melinjo?”

⁶⁴ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial NR, Senin, 10 Juni 2024.

Informan yang berinisial EM menjawab: “Pendapatan kotornya sekitar 15 juta, kalo pendapatan bersihnya ada sekitar 3-5 juta per bulan”.⁶⁶ Informan yang berinisial RS menjawab: “Pendapatan yang kami dapatkan per bulan ada sekitar 5 juta, itupun tergantung pada penjualan produk kami”.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UMKM dimulai dari 5 juta sampai dengan 15 juta per bulan dan itu tergantung pada hasil penjualan dari emping melinjo. Pendapatan itu belum termasuk pendapatan yang bersih bagi pelaku UMKM.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Berapa keuntungan yang bisa Ibu gunakan untuk kebutuhan keluarga?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Saya tidak begitu mengambil keuntungan, minimal saya ambil 5 juta per bulan untuk kebutuhan keluarga. Alasan saya tidak mengambil banyak keuntungan dikarenakan saya lebih fokus ke pemberdayaan para ibu-ibu yang bekerja usaha emping melinjo”.⁶⁸

Informan yang berinisial RS menjawab: “Keuntungan yang kami peroleh bisa mencapai 3 juta per bulan, karena dalam memproduksi emping melinjo dibayar per bambu dengan harga satu bambu dibayar 20 ribu”.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata pendapatan yang bisa digunakan oleh pelaku UMKM untuk kebutuhan

⁶⁶ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁶⁷ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

⁶⁸ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

keluarga mereka sekitar 3-5 juta per bulan, karena mereka lebih fokus pada pemberdayaan Ibu-Ibu yang bekerja di usaha tersebut.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan dengan Kepala Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie yang sudah di wawancarai secara langsung mengenai, “Sejauh ini apakah usaha mikro yang mereka jalankan memberikan manfaat termasuk pada segi peningkatan kesejahteraan keluarga?”

Informan yang berinisial MD menjawab: “Semenjak adanya pelaku UMKM di Desa Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie terdapat manfaat yang diberikan bagi Ibu-Ibu rumah tangga yang tidak bekerja sebelumnya dan setelah mereka bekerja sebagai pelaku emping melinjo, bisa membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan keluarga mereka”.⁷⁰

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Sejauh ini apakah usaha mikro yang Ibu jalankan memberikan manfaat termasuk pada segi peningkatan kesejahteraan keluarga?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Ya, bagi saya sangat memberikan manfaat bagi kami yang bekerja sabagai pelaku usaha emping melinjo, karena dengan bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo bisa membantu pendapatan suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga saya”.⁷¹

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Kepala Desa yang berinisial MD, Senin, 3 Juni 2024.

⁷¹ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial EM, Rabu, 5 Juni 2024.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya usaha emping melinjo di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie dapat membantu meringankan beban suami dalam meningkatkan kesejahteraan dalam keluarga mereka.

Berikut jawaban yang dikemukakan oleh beberapa pelaku UMKM yang sudah diwawancarai secara langsung oleh peneliti, dengan pertanyaan, “Apakah dengan Ibu bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo dapat membantu pendapatan keluarga?”

Informan yang berinisial EM menjawab: “Ya sangat membantu pendapatan keluarga saya dalam memenuhi sandang, pangan dan papan”.⁷²

Informan yang berinisial RS menjawab: “Ya, sangat membantu pendapatan keluarga saya. Saya bisa membiayai anak-anak sekolah, kebutuhan dalam keluarga dan meringankan beban suami”.⁷³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dengan bekerja sebagai pelaku emping melinjo dapat membantu pendapatan dalam keluarga mereka terutama dalam hal memenuhi kebutuhan sandang, pangan dan papan serta membantu meringankan beban suami.

⁷² *Ibid*

⁷³ Hasil wawancara dengan Informan yang berinisial RS, Kamis, 6 Juni 2024.

D. Pembahasan

1. Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Mengembangkan Usahanya di Desa Jurong Baro

Strategi merupakan tindakan yang bersifat meningkat dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.⁷⁴

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) emping melinjo yaitu salah satu kegiatan/usaha yang dapat dilakukan oleh masyarakat di Desa Jurong Baro, terutama para Ibu-Ibu rumah tangga dalam memanfaatkan biji melinjo yang kemudian akan diolah atau di produksi menjadi emping melinjo sehingga dapat menghasilkan sebuah produk. Dengan adanya UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro ini dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat di desa tersebut dan dapat membantu meningkatkan pendapatan dalam keluarga mereka, sehingga bisa mencapai kesejahteraan keluarga.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diana Sari (2022) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan strategi produksi, strategi penjualan, strategi pasar dan strategi distribusi dapat meningkatkan volume penjualan pada UD Fresh Fruit.⁷⁵

⁷⁴ Saifuddin Zuhri, *Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 2, No. 3, hal. 49, (2013)

⁷⁵ Diana Sari, *Strategi Distribusi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Oleh UD Fresh Fruit Tegalsari Banyuwangi)*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2022), hal. 104-108.

Dalam mengembangkan usaha tersebut juga memerlukan strategi supaya usaha tersebut agar semakin berkembang. Adapun strategi pengembangan usaha sebagai berikut:

a. Strategi Produk

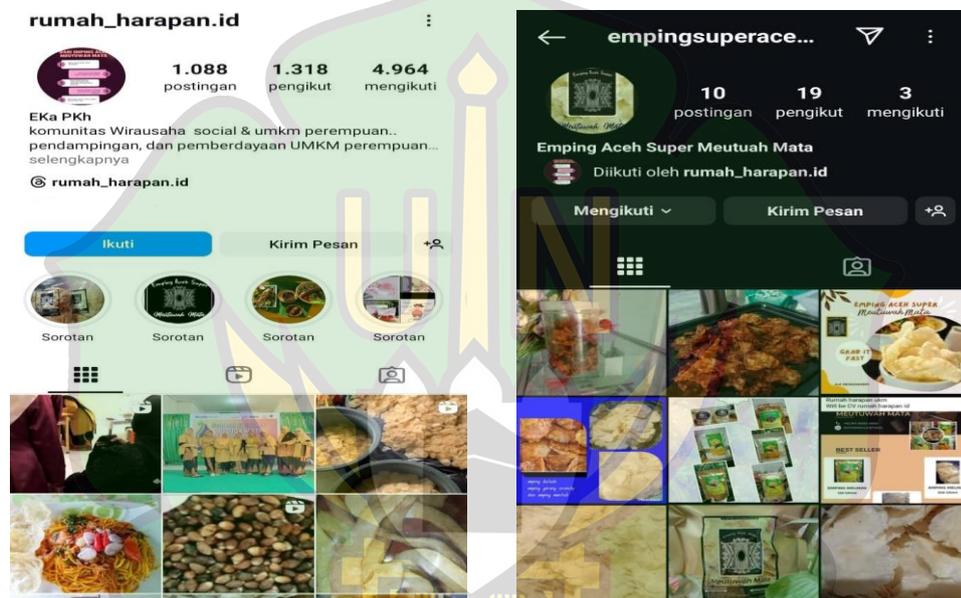
Produk merupakan hasil produksi yang ditawarkan produsen ke pasar untuk menarik pembeli, pengguna atau konsumen dalam usahanya untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Strategi produk yang dilakukan adalah dengan mengutamakan mutu dan kualitas. Strategi produk yang digunakan oleh pelaku UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie yaitu mempertahankan mutu kualitas dan jenis produksi emping bukan hanya emping melinjo yang mentah saja akan tetapi ada juga yang memproduksi emping melinjo yang siap saji dengan berbagai varian rasa yaitu dari yang mentah, orgininal, rasa caramel, ras jagung dan rasa balado. Sehingga ini dapat menarik perhatian konsumen dalam mengembangkan usaha tersebut. Strategi ini menjadi salah satu langkah pelaku UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie dalam mempertahankan pelanggan agar proses pendistribusian produk lancar dan meningkat.



b. Strategi Penjualan

Strategi penjualan merupakan rencana perusahaan mengenai sistem penjualan produk dan jasa untuk meningkatkan profit. Strategi penjualan yang disusun dengan baik dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan penjualan yang menakjubkan. Strategi penjualan merupakan petunjuk bagaimana menyampaikan produk kepada konsumen yang dikenal dengan istilah "go-to-market", secara efisien dan efektif. Strategi produk yang digunakan oleh pelaku UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie dalam mengembangkan usaha emping melinjo perlu adanya peran dan partisipasi dari pekerja yang mau bekerjasama dalam memproduksi emping sehingga apabila terjadi masalah dan rintangan dapat teratasi secara bersama-sama. Dengan strategi ini dapat dilihat berapa keuntungan dan kerugian yang dialami oleh UMKM emping

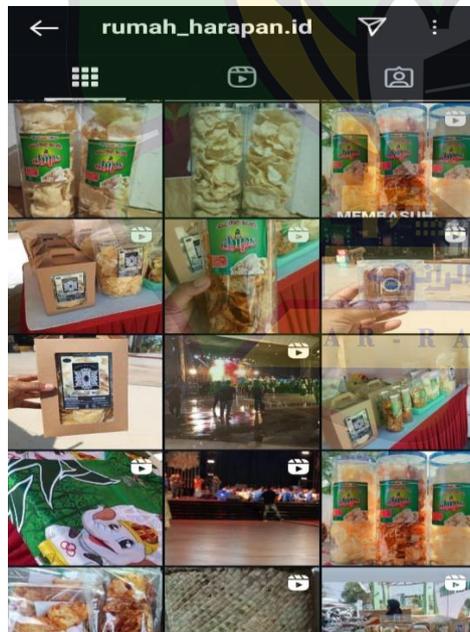
melinjo. Para pelaku UMKM juga menggunakan strategi penjualan dengan memanfaatkan media *online* untuk meningkatkan penjualan, media *online* yang digunakan untuk menjual produknya yaitu ada Instagram, Facebook dan WhatsApp. Para pelaku UMKM juga menambah varian rasa untuk meningkatkan daya minat konsumen sehingga usaha tersebut bisa berkembang.



c. Strategi Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya para produsen ataupun perusahaan dengan konsumen untuk mengadakan transaksi jual dan beli suatu produk barang dan jasa. Strategi pasar adalah cara memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal oleh konsumen, dengan mempunyai tujuan yang diharapkan yaitu mengetahui karakteristik produk yang ingin dijual serta target pasarnya, mengetahui nilai produk bagi pembeli serta menentukan harga yang sesuai dengan segmentasi pasar, mengetahui strategi promosi

yang tepat untuk memasarkan produk, dan mengetahui tempat memasarkan produk yang akan dijual serta sistem pendistribusiannya. Untuk mempromosikan produk emping melinjo, para pelaku UMKM emping melinjo selain turun ke lapangan langsung untuk menjual produk emping melinjo, mereka juga sudah memanfaatkan media *online* seperti Instagram, Facebook dan WhatsApp serta bekerjasama dengan agen dan reseller untuk mempromosikan produk mereka. Dengan menggunakan media *online* dapat meningkatkan penjualan dari produk tersebut dan juga memanfaatkan kegiatan seperti expo dan bazar untuk memperkenalkan produk emping melinjo kepada para konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM emping melinjo.



d. Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah bagaimana cara menyebarluaskan produk atau layanan kepada pengguna akhir. Dalam penerapan strategi ini, usaha dagang emping melinjo memilih letak yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen. Jaringan distribusi bisa dibentuk sendiri (internal distribusi) atau menggunakan jaringan dari luar (eksternal distribusi atau distributor). Pelaku UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro sudah para UMKM emping melinjo juga bekerja sama dengan agen dan reseller sebagai perantara antara produsen dengan konsumen untuk memudahkan mereka dalam membeli emping melinjo. Proses pengambilan produk dilakukan secara langsung oleh para agen dan reseller dalam seminggu dua kali, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan.

2. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi menjadi barang dengan nilai lebih tinggi untuk penggunaannya dan kegiatan rancang bangun industri. Kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.

Usaha Mikro Kecil Menengah juga dianggap mempunyai peran yang strategis dalam mengatasi kemiskinan serta mengurangi pengangguran terutama di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie. Yang mana dengan adanya UMKM emping melinjo di desa tersebut dapat

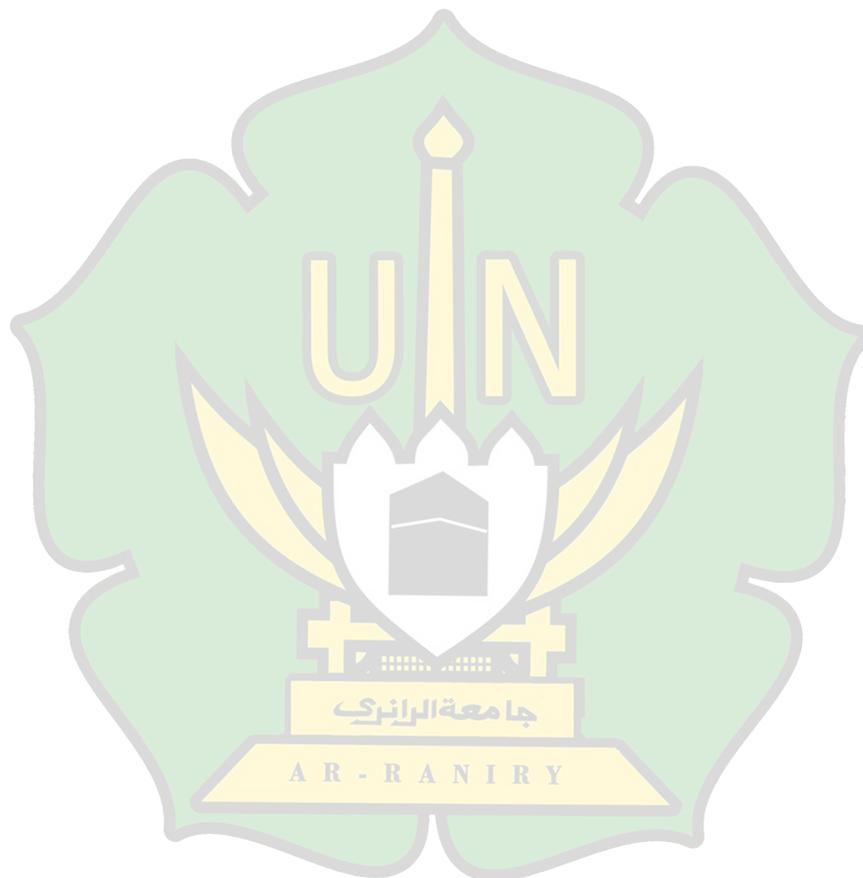
membantu masyarakat dalam mendapatkan pendapatan keluarga guna meningkatkan ekonomi keluarga.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sitaman Said dan Azhar (2021) yang menyatakan bahwa peran UMKM dapat membuka peluang tenaga/lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang tidak memiliki skill khusus, kemudian UMKM juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan indikator kesehatan, pendidikan, pendapatan, dan komunikasi.⁷⁶

Dengan mengaitkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat diambil kesimpulan dari hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti yang mana mereka menyatakan bahwa dengan adanya UMKM emping melinjo di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie sangat berperan dalam membuka peluang kerja bagi Ibu-Ibu di desa tersebut. Yang mana mereka sudah bekerja sebagai pelaku UMKM emping melinjo sebelum menikah dan bahkan hampir 22 tahun. Modal yang dibutuhkan dalam UMKM ini sebesar 2 juta untuk membeli bahan utama dari emping yaitu biji melinjo dan untuk membayar upah pekerja. Dan keuntungan yang mereka peroleh 3-5 juta perbulan. Dengan mereka bekerja sebagai pelaku UMKM mereka dapat membantu suami dalam mencari nafkah dan meringankan beban suami. Dan hasil pendapatan yang mereka dapatkan bisa digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya serta dapat meningkatkan pendapatan dalam keluarga

⁷⁶ Sitaman Said and Azhar Azhar, 2021, *Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima*, Jurnal PenKomi (Kajian Pendidikan dan Ekonomi), Vol. 4, No. 1, hal. 41.

dalam hal memenuhi kebutuhan sandang, pangan dan papan, sehingga dapat dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan terkait strategi Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Mengembangkan Usahanya di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi yang dikembangkan oleh UMKM emping melinjo dalam mengembangkan usahanya adalah:
 - a. Strategi produk, yang mana jenis produksi emping bukan hanya emping melinjo yang mentah saja akan tetapi ada juga yang memproduksi emping melinjo yang siap saji dengan berbagai varian rasa yaitu dari yang mentah, orgininal, rasa caramel, ras jagung dan rasa balado. Sehingga ini dapat menarik perhatian konsumen dalam mengembangkan usaha dan dapat menarik perhatian konsumen.
 - b. Strategi penjualan, adanya peran dan partisipasi dari pekerja yang mau bekerjasama dalam memproduksi emping sehingga apabila terjadi masalah dan rintangan dapat teratasi secara bersama-sama. Dengan strategi ini dapat dilihat berapa keuntungan dan kerugian yang dialami oleh UMKM emping melinjo. Para pelaku UMKM juga menggunakan strategi penjualan dengan memanfaatkan media *online* untuk meningkatkan penjualan, media *online* yang digunakan untuk

menjual produknya yaitu ada Instagram, Facebook dan WhatsApp. Para pelaku UMKM juga menambah varian rasa untuk meningkatkan daya minat konsumen sehingga usaha tersebut bisa berkembang. Pelaku UMKM juga mengutamakan kerjasama para pekerja untuk memproduksi emping lebih demi menjaga kepuasan konsumen dalam membeli produk emping melinjo dan pelaku UMKM juga melakukan pembukuan untuk melihat berapa keuntungan yang didapatkan.

- c. Strategi pasar, pelaku UMKM sudah menggunakan media *online* untuk mempromosikan produk serta bekerjasama dengan agen dan reseller untuk mempromosikan produk mereka serta memanfaatkan kegiatan seperti expo dan bazar untuk memperkenalkan produk emping melinjo kepada para konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM emping melinjo. mereka tanpa harus turun lagi ke lapangan.
- d. Strategi distribusi, rata-rata pelaku UMKM emping melinjo sudah bekerja sama dengan agen dan juga reseller dalam mendistribusikan produk mereka. Dengan menggunakan strategi distribusi dapat membantu dalam meningkatkan penjualan produk mereka dan meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM.

2. UMKM Emping Melinjo di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie telah berperan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat hal tersebut dapat dilihat melalui

pemberdayaan masyarakat khususnya ibu rumah tangga di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie dalam menjangkau sumber daya produktif berupa melinjo. Mereka mengolah biji melinjo tersebut menjadi sebuah produk yang dapat diperjualbelikan, dengan demikian pendapatan mereka akan meningkat sehingga mereka dapat memperoleh barang dan jasa yang mereka butuhkan. Peningkatan ekonomi mereka bertujuan untuk mencapai kesejahteraan. UMKM Emping Melinjo di di Desa Jurong Baro, Kecamatan Glumpang Baro, Kabupaten Pidie, berperan dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga mereka. Hal tersebut dapat dilihat melalui terbukanya peluang tenaga kerja walaupun belum secara maksimal, meningkatnya pendapatan keluarga dan meringankan beban suami dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diajukan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM diharapkan supaya selalu bekerjasama dalam meningkatkan kualitas produk yang di produksi untuk meningkatkan penjualan. Dengan meningkatkan penjualan dapat meningkatkan juga pendapatan, sehingga dapat meningkatkan ekonomi keluarga.
2. Diharapkan adanya perhatian dari pemerintah agar dapat memberikan bantuan modal kepada pelaku UMKM untuk lebih mengembangkan usaha mereka, sehingga dengan adanya modal dari pemerintah mereka

lebih mudah memproduksi emping melinjo dengan membeli sebuah mesin produksi emping melinjo.

3. Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam kegiatan mengajar maupun dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan metode analisi yang berbeda tentang Peran Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga.



DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Sayid. *Ayo Mandiri Dengan Berwirausaha*. Ponorgo: Unmuh Ponorogo Press, 2017.
- Anoraga, Pandji. *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*. Yogyakarta : PT. Dwi Chandra Wacana, 2010.
- Damanur, Aji & Puspitaningrum, Yuni. *Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun*. Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research, Vol. 2, No. 2, 2022.
- Damsar & Indrayani. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2009.
- Hasan, Muhammad & Azis, Muhammad. *Pembangunan Ekonomi & Pemberdayaan Masyarakat: Strategi Pembangunan Manusia Dalam Perspektif Ekonomi Lokal*. CV. Nur Lina Bekerjasama dengan Pustaka Taman Ilmu, 2019.
- Karyoto. *Proses Pengembangan Usaha*. Batang: Karyoto, 2021.
- Kuncoro, Mudrajad. *Perencanaan Pembangunan Daerah, Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Laxy, Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006.
- Mendrofa, Yupiter. *Pengaruh Strategi Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada Vian Jaya Kota Gunungsitoli*. Jurnal EMBA Vol. 9, No. 2, 2021.
- Mulia, Elvie. *Rahasia Sukses Memimpin Tim Penjual*. Jakarta: Gramedia, 2015.
- Riastuti, Iryani. *Analisis pemasaran emping melinjo di kabupaten Sragen*. UNS-F. Pertanian Jur. Agrobisnis, 2008.
- Rorong, Arie J & Londa, Very Y. *Pengaruh Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Tompasso Barat Kabupaten Minahasa*. Jurnal Administrasi Publik UNSRAT, Vol. 3, No. 046, 2017.
- Said, Sitaman & Azhar. *Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mande Kecamatan Mpunda Kota Bima*. Jurnal PenKomi (Kajian Pendidikan Dan Ekonomi), Vol. 4, No. 1, 2021.
- Sarfiah, Sudati Nur, dkk. *UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa*. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), Vol. 4, No. 2, 2019.
- Sari, Diana. *Strategi Distribusi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Oleh UD Fresh Fruit Tegalsari Banyuwangi)*. Skripsi. Jember: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.

- Soekanto. *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Sudrajad. *Kiat Mengentaskan Pengangguran & Kemiskinan Melalui Wirausaha*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabet, 2018.
- Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Suwarsono, Muhammad. *Strategi Pemerintahan*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Syabani, Farkhan. *Peran UMKM Dalam Meningkatkan Perekonomian Mandiri*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung, Vol. 8, No. 2, 2021
- Tjia, Heru Suciato, dkk. *Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Kinerja, Vol. 14, No. 2, 2020.
- Tobroni, Iman Suprayo. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Ulfa, Lia. *Dampak Pendapatan Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020.
- Undari, Wika & Lubis, Anggia Sari. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora, Vol. 6, No. 1, 2021.
- UU No. 20 Tahun 2008. *Tentang: Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara, 2008.
- Veronica, Vidia. *Upaya Kelompok Usaha Rumah Tangga Dalam Pemberdayaan Ekonomi Melalui Industri Emping Melinjo Di Desa Bernung Kabupaten Pesawara*. Skripsi. Lampung: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2020.
- Wanimbo, Enues. *Kehidupan Sosial Ekonomi Keluarga Petani Dalam Meningkatkan Taraf Hidup*. Jurnal Sosial dan Budaya, VOL. XII, No. 3, 2019.
- Zuhri, Saifuddin. *Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 2, No. 3, 2013.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

I. Identitas Yang Diwawancarai

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin :
Pekerjaan :
Alamat :
Pendidikan Terakhir :
Tanggung jawab keluarga :

II. Pedoman Wawancara Rumusan Masalah 1

1. Apa saja jenis emping melinjo yang Ibu produksi?
2. Bagaimana langkah-langkah yang Ibu lakukan supaya usaha yang Ibu jalankan bisa bertahan dan berkembang?
3. Apa saja yang menjadi kendala Ibu dalam mengembangkan usaha tersebut?
4. Bagaimana cara Ibu dalam mengatasi permasalahan tersebut?
5. Melalui apa Ibu melakukan pemasaran produk emping melinjo?
6. Apa Ibu menggunakan media *online*?
7. Apakah dengan Ibu menggunakan pemasaran tersebut terdapat perkembangan untuk usaha Ibu?
8. Apakah Ibu ada membangun kemitraan dengan pihak lain?
9. Apakah Ibu ada melakukan pembukuan terhadap pendapatan yang diperoleh?

III. Pedoman Wawancara Rumusan Masalah 2

1. Sudah berapa lama Ibu bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo?
2. Apakah Ibu sebelum memutuskan untuk bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo memiliki pekerjaan lain?
3. Berapa modal pertama Ibu dalam usaha emping melinjo?
4. Berapa pendapatan Ibu per bulan di usaha Emping melinjo?
5. Berapa keuntungan yang bisa Ibu gunakan untuk kebutuhan keluarga?
6. Sejauh ini apakah usaha mikro yang Ibu jalankan memberikan manfaat termasuk pada segi peningkatan kesejahteraan keluarga?
7. Apakah dengan Ibu bekerja sebagai pelaku usaha emping melinjo dapat membantu pendapatan keluarga?

DOKUMENTASI

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor : B.1797/Un.08/FDK/Kp.00.4/11/2023
Tentang

Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi mahasiswa pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi yang dituangkan ke dalam Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cukup serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.

Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 40 tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry;
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor : 025.04.2.423925/2023, Tanggal 30 November 2022.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1). Dr. Rasvidah, M.Ag Sebagai Pembimbing UTAMA
2). Rusnawati, S.Pd.,M.Si Sebagai Pembimbing KEDUA

Untuk membimbing KKU Skripsi:

Nama : Mullazam
NIM/Jurusan : 180404054/ Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
Judul : Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Penelitian di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie).

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2023

Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.

Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Banda Aceh
Pada Tanggal: 22 November 2023 M
8 Jumadil Awal 1444 H

an. Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Dekan



Tembusan:

1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.

Keterangan:



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.674/Un.08/FDK-I/PP.00.9/04/2024
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

1. Pelaku UMKM di Desa Jurong Baro
2. Kepala Desa Jurong Baro

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **MULTAZAM / 180404054**
Semester/Jurusan : XII / Pengembangan Masyarakat Islam
Alamat sekarang : Desa Pulo Dayah, Kecamatan Glumpang Tiga, Kabupaten Pidie

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Emping Melinjo Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Penelitian di Desa Jurong Baro Kecamatan Glumpang Baro Kabupaten Pidie)**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 28 April 2024
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Berlaku sampai : 05 Juli 2024

Dr. Mahmuddin, M.Si.



Dokumentasi dengan Kepala Desa Jurong Baro pada tanggal 3 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial NR pada tanggal 10 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial YN pada tanggal 10 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial RK pada tanggal 9 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial JL pada tanggal 7 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial RS pada tanggal 6 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial SA pada tanggal 11 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial NR pada tanggal 10 Juni 2024



Dokumentasi proses pembuatan emping dengan informan yang berinisial NS pada tanggal 12 Juni 2024



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Multazam
2. Tempat / Tgl. Lahir : Glumpang Tiga, 13 November 1998
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. NIM : 180404054
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat Domisili : Tungkop
8. Email : mullsc145@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. MI/SD/Sederajat : SD Glumpang Minyeuk Tahun
2. MTs/SMP/Sederajat : MTsN Glumpang Minyeuk Tahun
3. MA/SMA/Sederajat : SMAS Darussa'adah Tahun
4. PMB Lokal : UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2018

Orang Tua/wali

1. Nama Ayah : Balukia
2. Nama Ibu : Zahara
3. Pekerjaan Ayah : Pegawai Negeri Sipil (PNS)
4. Pekerjaan Ibu : Bidan
5. Alamat orang tua : Desa Pulo Lon/Pulo Dayah, Kec. Glumpang Tiga,
Kab. Pidie

جامعة الرانيري

AR - RANIR

Banda Aceh, 16 Januari 2025

Peneliti,

Multazam

NIM. 180404054