

~~Evaluasi Etika: Peluang Ekspor Emping Melinjo~~
Di Kecamatan Perbaungan Sebagai Kontribusi Ekonomi Lokal

Alfia Utami¹, Umi Nur Habibah², Arie Satria Tama³, Hendra Ibrahim⁴

¹alfiautami567@gmail.com, ²uminrhbb10@gmail.com, ³arisatriatama14@gmail.com,

⁴Hendra@insan.ac.id

^{1,2,3}Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi ekspor emping melinjo yang dihasilkan oleh sebuahn usaha keluarga di Kecamatan Perbaungan, Serdang Berdagai, Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik wawancara, dan analisis dokumen. Produk emping melinjo memiliki peluang besar untuk dipasarkan secara global karena ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah. Sebagai produk olahan yang memiliki nilai tambah, emping melinjo berpotensi menjadi produk unggulan yang mendukung peningkatan pendapatan daerah. Namun, terdapat hambatan utama seperti keterbatasan modal, tingginya biaya pengiriman, dan kurangnya pengetahuan prosedur ekspor. Pemilik usaha telah menerapkan prinsip etika sosial sederhana, melalui keterlibatan keluarga dan pemanfaatan bahan baku lokal. Dukungan pemerintah serta program pelatihan ekspor diperlukan agar UMKM mampu berkembang dan bersaing di pasar internasional.

Kata Kunci: Usaha Emping Melinjo, Peluang Ekspor, Etika Usaha

Abstrac

This study aims to analyze the export potential of melinjo chips produced by a family business in Perbaungan District, Serdang Berdagai, North Sumatra. The research method used is a descriptive qualitative approach through interview techniques and document analysis. The melinjo chip product has a great opportunity to be marketed globally due to the abundant availability of local raw materials. As a processed product with added value, melinjo chips have the potential to become a superior product that supports increasing regional income. However, there are major obstacles such as limited capital, high shipping costs, and lack of knowledge of export procedures. The business owner has implemented simple social ethics principles, through family involvement and

the use of local raw materials: Government support and export training programs are needed so that MSMEs can develop and compete in the international market.

Keywords: Melinjo Chips Business, Export Opportunities, Business Ethics

PENDAHULUAN

UMKM di Indonesia pada umumnya merupakan unit usaha yang berfokus pada produksi barang atau jasa yang memanfaatkan potensi lokal, baik berupa sumber daya alam, keterampilan khas daerah, maupun unsur seni dan budaya setempat. UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional karena kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, membuka kesempatan kerja, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Pneddkk. (2025) menyatakan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 61% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja, sehingga sektor kunci dalam struktur ekonomi Indonesia. Kontribusi tersebut membuktikan bahwa penguat UMKM tidak hanya berdampak pada perekonomian domestik, tetapi juga memiliki peluang besar dalam menunjang posisi Indonesia melalui peningkatan ekspor.

Salah satu UMKM berbasis potensi lokal terdapat pada usaha rumahan pengolahan emping melinjo yang berlokasi di Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Usaha yang dijalankan oleh sepasang suami istri selama enam tahun ini masih menggunakan teknik produksi tradisional. Produk emping melinjo memiliki nilai ekonomi yang baik karena dukungan ketersediaan bahan baku yang melimpah serta proses pengolahan sederhana yang tetap mempertahankan cita rasa dan budaya lokal. Hidayati dkk. (2024) mengemukakan bahwa pengembangan komoditas emping melinjo memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penguatan perekonomian daerah. Emping melinjo berpotensi menjadi komoditas ekspor bernilai tambah yang dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

Meskipun mempunyai prospek pengembangan yang baik, pelaku UMKM dalam industri emping melinjo masih menghadapi beragam keterbatasan, terutama terkait modal, akses teknologi, serta strategi pemasaran. Mayoritas pelaku usaha masih mengandalkan metode konvensional dan belum maksimal memanfaatkan teknologi digital. Hal ini sesuai dengan temuan Anabuni (2023) yang menjelaskan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia mengalami kendala dalam memperoleh pembiayaan, mengadopsi teknologi, dan menguasai pemasaran digital karena masih

lemahnya kemampuan manajerial serta rendahnya inovasi. Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai standar kualitas dan perizinan BPOM juga menjadi penghalang dalam memperluas pasar hingga ke mancanegara. Elbrus (2024) menambahkan bahwa keterbatasan pemahaman mengenai regulasi dan standar mutu internasional turut menurunkan daya saing ekspor UMKM sehingga kesempatan memasuki pasar global belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Dengan mempertimbangkan potensi serta tantangan tersebut, perlu dilakukan penelitian yang mampu menggambarkan peluang ekspor emping melinjo sebagai bagian dari penguatan ekonomi lokal berkelanjutan. Penelitian ini diarahkan untuk menilai prospek ekspor emping melinjo yang diproduksi UMKM di Kecamatan Perbaungan serta mengidentifikasi hambatan dan aspek etika bisnis yang dapat meningkatkan daya saing produk tersebut di pasar Internasional.

KAJIAN TEORI

Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial

Etika bisnis dan tanggung jawab sosial merupakan dua konsep yang saling terkait dalam dunia usaha. Istilah "etika" berasal dari kata Latin "*Etica*" yang merujuk pada filsafat moral, berfungsi sebagai pedoman untuk menjalani kehidupan yang benar berdasarkan budaya, moral, dan agama. Selain itu, istilah ini juga diambil dari bahasa Yunani "*Ethos*", yang berarti kebiasaan atau karakter. Etika memiliki berbagai makna, termasuk kebiasaan atau nilai-nilai yang khas bagi individu atau kelompok tertentu, norma atau aturan yang diikuti dalam menentukan tindakan yang baik dan benar, serta kajian mengenai prinsip-prinsip perilaku yang dianggap baik dan benar sebagai landasan moral. Selain itu, etika juga dipahami sebagai proses berpikir kritis dan rasional terhadap norma-norma yang terlihat dalam perilaku manusia (Fadillah, 2023).

Dalam konteks bisnis, etika bisnis merujuk pada cara berpikir mengenai apa yang benar dan salah dalam dunia usaha. Para pelaku bisnis diharapkan untuk memahami dan menerapkan nilai-nilai etika yang relevan dengan profesi mereka. Etika bisnis mencakup beberapa prinsip penting yang menjadi panduan bagi individu dalam mencapai tujuan bisnis, antara lain: prinsip otonomi yang mengajarkan bahwa individu dapat membuat keputusan yang bijaksana dan menghasilkan hasil yang positif; prinsip kejujuran yang merupakan aspek utama yang memperkuat perusahaan, karena membantu membangun kepercayaan konsumen terhadap produk dan mencegah tindakan yang tidak jujur; prinsip keadilan yang menekankan bahwa semua karyawan harus diperlakukan

secara adil agar mereka merasa dihargai atas usaha dan kontribusi yang diberikan; prinsip saling menguntungkan yang menekankan pentingnya perencanaan yang matang agar semua pihak yang terlibat dalam bisnis dapat meraih manfaat; serta prinsip integritas moral yang mengingatkan akan pentingnya mematuhi aturan dan menjaga reputasi baik bagi pemimpin serta perusahaan (Nugrhainy, 2023).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah ada sejak awal tahun 1970-an. Secara umum, konsep ini mencakup berbagai kebijakan dan tindakan yang melibatkan para pihak, nilai-nilai yang dipegang, ketaatan pada hukum, penghargaan terhadap masyarakat, perlindungan lingkungan, serta semangat dunia usaha untuk ikut serta dalam pembangunan yang berkelanjutan. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya sekadar kegiatan kreatif yang dilakukan perusahaan, melainkan juga tindakan untuk memenuhi aturan hukum (Rusli, 2022). Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UUPT), Pasal 1 angka 3, disebutkan: “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk turut serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan demi meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan itu sendiri, masyarakat setempat, maupun masyarakat secara umum” (Tanaya, 2016). Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR adalah komitmen perusahaan yang berkelanjutan untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Tanggung jawab perusahaan juga merupakan bagian dari strategi bisnis yang berkaitan langsung dengan keberlanjutan usaha jangka panjang, hal ini juga merupakan cara berpikir yang berhubungan dengan berbagai aspek pengelolaan bisnis yang bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan kelompok atau individu dalam lingkungan bisnis seperti pemangku kepentingan yang meliputi karyawan, investor, pelanggan, pemasok, serta hubungan dengan masyarakat sekitar (Ade, 2023).

Carroll (1991) menyusun pelaksanaan CSR dalam bentuk piramida yang terdiri dari empat aspek, yaitu tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etis, dan tanggung jawab filantropi. Tujuan penggunaan piramida ini adalah untuk memperjelas berbagai definisi CSR serta menunjukkan hubungan antar empat bagian tersebut seperti bagian-bagian bangunan yang saling terhubung. Piramida dipilih karena bentuknya sederhana, mudah dipahami, dan bisa digunakan dalam berbagai situasi sepanjang waktu (Carroll, 2016). Dalam hal tanggung jawab

ekonomi, terlihat bahwa bisnis dan perusahaan memiliki tanggung jawab ekonomi terhadap masyarakat, sehingga perusahaan tersebut bisa tetap berjalan dan beroperasi. Hal ini terasa kontradiktif karena biasanya CSR lebih berkaitan dengan aspek sosial, namun nyatanya masyarakat sebenarnya membutuhkan dan berharap kepada profit atau perusahaan untuk membantu memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Tanggung jawab etik berkaitan dengan dampak yang berpengaruh besar terhadap perusahaan dan reputasinya. Hal ini berarti perusahaan harus mengikuti norma yang tidak tertulis atau aturan dari pihak-pihak yang berkepentingan. Tanggung jawab filantropi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan secara sukarela seperti beramal, membangun sekolah, memberikan akses transportasi umum, dan lainnya (Imam, 2024).

Ekspor dan Pertumbuhan Ekonomi

Secara umum, ekspor merupakan salah satu faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan cara yang tepat, suatu negara bisa memanfaatkan kemampuan ekspornya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan sehingga meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat. Ekspor sebagai bagian dari perdagangan antar negara, bisa memberikan dorongan untuk meningkatkan permintaan di dalam negeri. Akibatnya, akan muncul pertumbuhan pada industri dan perusahaan besar. Hal ini juga diikuti oleh kemampuan lembaga sosial yang fleksibel dan kondisi politik yang stabil. Ekspor dilakukan dengan pendekatan yang mengarah ke luar negeri, yaitu pendekatan yang percaya bahwa pertumbuhan ekonomi yang cepat hanya bisa dicapai jika produk dalam negeri dijual di pasar luar negeri. Dengan demikian, ekspor dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, sosial, dan lingkungan suatu negara.

Dalam perdagangan internasional, ekspor berperan penting dalam meningkatkan pendapatan negara, sehingga mampu meningkatkan jumlah barang yang dihasilkan dan mempercepat laju pertumbuhan ekonomi (Risma, 2018). Dengan meningkatnya produksi, siklus kemiskinan bisa terputus, sehingga memungkinkan proses pembangunan ekonomi berjalan lebih cepat. Pertumbuhan ekonomi biasanya dianggap sebagai tanda keberhasilan pembangunan ekonomi suatu negara, serta mencerminkan berbagai indikator makro seperti inflasi, pengangguran, dan tingkat kemiskinan. Pertumbuhan ekonomi bisa diartikan sebagai petunjuk seberapa besar kegiatan ekonomi mampu menciptakan pendapatan tambahan bagi masyarakat dalam periode tertentu. Dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi, suatu negara akan lebih mampu memenuhi kebutuhan penduduknya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Suci, 2024).

Pengembangan Ekspor bagi Pelaku UMKM

Ekspor bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) itu sangat penting dikarenakan membuat produk lokal lebih kompetitif di pasar dunia. Ada dua hal utama yang membuat ekspor produk UMKM masih rendah, yakni faktor dari dalam perusahaan sendiri dan dari luar. Faktor internalnya meliputi kurangnya sumber daya, pengetahuan soal pasar, dan kemampuan mengelola bisnis, sementara faktor eksternalnya mencakup kebijakan pemerintah, kondisi pasar global, serta persaingan di tingkat internasional.

Peningkatan ekspor yang efektif harus berfokus pada pengembangan kapasitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui program pelatihan serta akses terhadap informasi pasar. Dengan memperdalam pemahaman mengenai regulasi ekspor dan strategi pemasaran di pasar internasional, UMKM akan lebih siap untuk menghadapi tantangan yang ada di tingkat global. Selain itu, dukungan dari pemerintah melalui kebijakan yang mempermudah akses pasar dan penyediaan dana sangat penting untuk mendorong ekspor produk dari UMKM (Rasbin, 2019). Oleh karena itu, untuk meningkatkan ekspor bagi pelaku UMKM, diperlukan kolaborasi antara inisiatif dari pelaku bisnis dan bantuan dari pemerintah serta lembaga terkait. Hal ini akan menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan ekspor produk UMKM, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada perekonomian negara secara keseluruhan. Dengan demikian, diperlukan teori yang komprehensif dan terintegrasi untuk mencapai tujuan tersebut (Alya, 2025).

Harga barang ekspor dapat bervariasi di setiap negara tujuan, yang sering kali ditentukan berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Sebagai contoh, negara A mengekspor produk pertanian ke negara B dengan tarif yang lebih rendah, sementara produk yang sama diekspor ke negara C dengan harga yang lebih tinggi. Strategi atau kebijakan untuk meningkatkan pasar ekspor (Fitriani, 2019) mencakup:

1. Meningkatkan produksi sektor pertanian dan perkebunan.
2. Melakukan diversifikasi produk industri.
3. Mengeksplorasi sumber daya emas.
4. Memberikan dukungan promosi.
5. Memodernisasi manajemen.

6. Meningkatkan daya saing produk.
7. Memberikan insentif pajak bagi eksportir.
8. Mengadopsi teknologi yang sesuai.

Peningkatan daya saing UMKM melibatkan berbagai strategi untuk bersaing di pasar internasional yang lebih luas, yang bergantung pada fleksibilitas ekonomi dalam menentukan harga, serta menyederhanakan struktur industri dengan menghilangkan aktivitas ekonomi yang tidak esensial, sehingga memfasilitasi pertumbuhan bisnis baru bagi pelaku UMKM (Loqman, 2023).

Keunggulan Komparatif dalam Bisnis Internasional

David Ricardo (1817) dalam penelitian Sifa dkk., (2025) mengemukakan teori keunggulan komparatif, teori tersebut menyatakan bahwa biaya produksi di antara berbagai negara sangat bervariasi. Keunggulan bukanlah keuntungan absolut untuk menerapkan perdagangan internasional, melainkan keunggulan komparatif. Negara tidak bisa mengekspor jika tidak memiliki keunggulan dibandingkan negara lain. Namun, negara-negara cenderung ingin mengirim produk dengan biaya produksi terendah jika dibandingkan dengan pembuatan di negara lain.

Keunggulan komparatif menunjukkan kemampuan potensial suatu produk untuk bersaing di pasar. Daya saing ini diyakini bisa tercapai sepenuhnya jika ekonomi bebas dari gangguan atau distorsi apapun (Ramadhana dkk., 2024). Produk yang punya keunggulan komparatif juga dianggap efisien secara ekonomi. Ini berarti, dalam situasi sempurna tanpa hambatan ekonomi, produk tersebut bisa berkompetisi dengan kuat dan hemat di pasar global.

Berikut adalah beberapa dampak keunggulan komparatif terhadap strategi perdagangan internasional:

1. Spesialisasi Produksi

Negara yang memiliki keunggulan komparatif biasanya fokus pada pembuatan barang dan jasa tertentu yang bisa dihasilkan dengan produktivitas dan efisiensi tinggi. Dengan demikian, negara tersebut dapat memproduksi lebih hemat biaya dan efisien, sehingga menguatkan posisinya di perdagangan internasional.

2. Optimalisasi Sumber Daya

Keunggulan komparatif mendorong penggunaan sumber daya alam dan manusia yang lebih efektif, meningkatkan kualitas produk, dan memperkuat daya saing global.

3. Kolaborasi Internasional

Kerja sama internasional yang berbasis keunggulan komparatif meningkatkan efisiensi dalam produksi dan distribusi barang serta jasa, sehingga mengoptimalkan hasil dan daya saing dunia.

4. Inovasi Teknologi

Negara dengan keunggulan komparatif juga memiliki potensi untuk memimpin dalam pengembangan teknologi yang efisien. Hal ini mendukung peningkatan kualitas perdagangan dan memperkuat posisi negara dalam kompetisi internasional (Ritma,2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menilai peluang ekspor produk emping melinjo dari satu unit usaha keluarga di Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai, Sumatera Utara. Fokus utama penelitian ini adalah pada analisis potensi ekspor serta aspek etika dan tanggung jawab sosial sebagai bentuk kontribusi untuk ekonomi lokal yang berkelanjutan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali secara mendalam pandangan dan pengalaman pelaku usaha serta memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena yang belum banyak dikaji, seperti potensi ekspor UMKM yang belum menjangkau pasar internasional.

Subjek penelitian merupakan sebuah usaha rumahan pengolahan emping melinjo yang dikelola oleh pasangan suami istri sebagai pelaku usaha utama. Mereka telah menjalankan usaha ini selama lebih dari enam tahun dengan kapasitas produksi terbatas, yaitu sekitar 10 hingga 20 kg setiap minggu. Seluruh proses usaha dilakukan secara mandiri, mulai dari penyediaan bahan baku, proses produksi, sampai dengan penjualan produk. Usaha tersebut masih berstatus sebagai UMKM skala rumah tangga dan belum memiliki izin ekspor, meskipun telah memiliki keinginan kuat untuk memperluas akses pemasaran ke pasar internasional. Penentuan subjek dilakukan melalui purposive sampling, karena usaha ini dianggap mampu mempresentasikan karakteristik UMKM lokal yang memiliki peluang ekspor tetapi masih mengalami kendala dalam hal sumber daya.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dan analisis dokumen, wawancara dilaksanakan kepada pemilik usaha dengan durasi kurang lebih 30 hingga 60 menit setiap responden menggunakan pedoman pertanyaan yang dirancang sesuai dengan fokus penelitian, seperti aspek peluang ekspor dan tanggung jawab sosial usaha. Sementara itu, analisis dokumen dipakai sebagai pendukung data primer. Seluruh data yang diperoleh dianalisis dengan pendekatan analisis tematik. Prosedur analisis dimulai dengan pengelompokan temuan hasil wawancara dan observasi ke dalam beberapa tema pokok, antara lain keunggulan produk, kendala dalam ekspor serta implikasi etika usaha. Tahapan analisis dilanjutkan dengan penyusunan deskripsi hingga proses pengartian berdasarkan teori keunggulan komparatif dan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Ekspor Produk Emping Melinjo

Hasil wawancara menunjukkan bahwa emping melinjo memiliki prospek ekspor yang menjanjikan, terutama ke negara dengan komunitas Indonesia atau pasar produk pangan alami seperti Malaysia, Singapura, Belanda, dan Jepang. Keunggulan produk ini terletak pada cita rasa gurih dan sedikit pahit yang berasal dari bahan baku lokal serta proses pembuatan tradisional yang menghasilkan tekstur renyah tanpa bahan kimia. Nilai budaya sebagai makanan khas daerah turut memperkuat daya tarik produk di pasar internasional.

Keunggulan komparatif emping melinjo disebabkan oleh ketersediaan bahan baku yang melimpah dan proses produksi yang efisien, sehingga berpotensi bersaing secara global (Ramadhana dkk., 2024). Jika hambatan ekonomi seperti regulasi dan biaya logistik dapat diminimalkan, emping melinjo diperkirakan mampu meningkatkan pendapatan ekonomi daerah dan kontribusi terhadap PDB lokal (Pane dkk., 2025). Hidayati dkk. (2024) menegaskan bahwa inovasi produk yang tetap mempertahankan identitas lokal akan semakin memperbesar peluang ekspor komoditas ini. Dengan demikian, penguatan rantai pasok dan dukungan pemerintah dalam akses pasar internasional menjadi langkah penting untuk mempercepat ekspansi UMKM emping melinjo, agar mampu menjadi bagian dari pasar global secara berkelanjutan.

Aspek Etika dan Tanggung Jawab Sosial

Pelaku usaha berupaya menerapkan tanggung jawab sosial melalui praktik pengadaan bahan baku yang dilakukan secara langsung dari masyarakat pemilik pohon melinjo di wilayah Kecamatan

Kabupaten Perbaungan. Sebelumnya, hasil panen melinjo tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Langkah ini tidak hanya mendorong pemanfaatan sumber daya lokal secara lebih efisien, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi warga sekitar yang ikut terlibat dalam proses penyediaan bahan baku. Selain manfaat ekonomi, aktivitas ini turut menjaga keberlanjutan praktik produksi emping melinjo yang merupakan bagian dari identitas budaya daerah. Fokus utama pelaku usaha tetap pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal melalui peluang ekspor yang terus berkembang. Praktik tanggung jawab sosial yang dijalankan tersebut mencerminkan pelaksanaan etika bisnis yang baik dalam skala UMKM karena memperkuat keberlanjutan rantai pasok serta berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hidayati dkk. (2024) yang mengungkapkan bahwa UMKM berperan signifikan dalam mendorong peningkatan nilai tambah produk pertanian dan perekonomian berbasis komunitas.

Implementasi tanggung jawab sosial yang konsisten berpotensi memberikan dampak positif bagi peningkatan kinerja usaha hingga mampu memasuki pasar global. Apabila pengembangan ekspor tercapai, maka hal tersebut berpotensi memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Menurut Pane dkk. (2025) kontribusi seperti ini dapat memberikan dampak nyata terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan sumbangsih terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Meskipun demikian, ekspansi pasar perlu memperhatikan tantangan etika yang mungkin muncul, terutama berkaitan dengan pelestarian lingkungan dan konsistensi nilai sosial yang telah diterapkan sejak usaha ini berdiri. Dukungan pemerintah melalui kebijakan, regulasi yang tepat, dan insentif berkelanjutan diperlukan untuk memperkuat kapasitas UMKM ini, agar mampu menjadi contoh model bisnis yang mengutamakan prinsip etika dalam praktik perdagangan internasional.

Strategi Pengembangan Usaha

Pelaku usaha saat ini telah berusaha menyiapkan berbagai langkah strategis untuk meningkatkan kesiapan emping melinjo memasuki pasar ekspor melalui peningkatan kualitas dan kapasitas produksi. Upaya tersebut dilakukan melalui pembaruan fasilitas produksi, penggunaan alat yang lebih higienis, serta penerapan standar kebersihan yang lebih ketat dalam setiap tahapan pengolahan. Selain aspek produksi, perbaikan desain dan material kemasan menjadi perhatian penting agar produk memiliki tampilan lebih profesional, aman, serta sesuai dengan persyaratan pasar internasional. Pengembangan varian rasa, seperti pedas dan gurih, yang tetap berbahan baku

alami tanpa bahan pengawet berbahaya menunjukkan adanya penyesuaian produk terhadap selera konsumen global yang semakin beragam.

Langkah pengembangan tersebut selaras dengan kebutuhan UMKM untuk mengatasi berbagai keterbatasan yang umum dijumpai pada model produksi tradisional yang sering menjadi hambatan dalam proses ekspor. Anabuni (2023) menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi dan peningkatan kapasitas operasional merupakan faktor penting bagi UMKM agar mampu bersaing dalam perdagangan internasional. Penerapan standar higienitas dan peningkatan kualitas kemasan menunjukkan komitmen pelaku usaha terhadap pemenuhan standar mutu ekspor, termasuk sertifikasi keamanan pangan seperti BPOM dan halal yang menurut Elbrus (2024) memainkan peran penting dalam meminimalkan risiko penolakan produk di pasar global. Adaptasi melalui inovasi rasa juga berfungsi sebagai diferensiasi produk, sehingga emping melinjo dapat memperoleh posisi kompetitif yang lebih kuat dibandingkan produk sejenis dari negara lain.

Apabila strategi ini diimplementasikan secara berkelanjutan, terdapat peluang perluasan skala usaha yang dapat memberikan dampak ekonomi luas bagi masyarakat di Kecamatan Perbaungan, seperti peningkatan pendapatan dan terciptanya peluang kerja baru pada sektor pengolahan serta distribusi produk. Namun, keberhasilan upaya ini membutuhkan dukungan eksternal, terutama dalam bentuk pendampingan, pelatihan standarisasi mutu, dan akses pasar yang lebih luas melalui program pemerintah dan lembaga terkait. Pendekatan berbasis etika sosial dan keberlanjutan lingkungan juga tetap diperlukan guna memastikan pertumbuhan usaha tidak mengorbankan nilai budaya lokal dan kelestarian sumber daya alam.

Secara keseluruhan, strategi peningkatan kualitas, inovasi produk, dan pemenuhan standar ekspor menunjukkan kesiapan UMKM emping melinjo untuk meraih peluang di pasar global. Keberhasilan langkah tersebut diharapkan mampu menjadikan produk lokal ini sebagai representasi komoditas unggulan Indonesia yang memiliki nilai ekonomi sekaligus budaya, serta dapat berperan dalam memperkuat daya saing nasional dalam perdagangan internasional.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengungkap dan menganalisis secara mendalam mengenai potensi ekspor emping melinjo sebagai salah satu produk pangan lokal yang memiliki peluang besar untuk berkembang di pasar internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa negara-negara dengan jumlah populasi yang memiliki komunitas orang Indonesia yang signifikan, serta pasar yang

memiliki preferensi tinggi terhadap makanan sehat dan alami seperti Malaysia, Singapura, Belanda, dan Jepang, menjadi sasaran bagi ekspor produk ini.

Tidak hanya berasal dari kualitas bahan baku yang melimpah dan bercita rasa khas, keunggulan utama emping melinjo juga karena proses produksi tradisional yang tetap menjaga nilai autentik dan aspek budaya lokal yang melekat pada produk tersebut. Kondisi ini menegaskan bahwa emping melinjo dapat berpotensi memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan ekonomi lokal apabila didukung oleh penguatan rantai pasok dan pemerintah dalam bentuk dukungan kebijakan, fasilitasi ekspor, serta promosi produk UMKM di pasar internasional.

Selain aspek ekonomi, penelitian ini juga menyoroti pentingnya penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial oleh pelaku usaha. Praktik sosial yang dilakukan, seperti pemberdayaan masyarakat lokal dalam pemenuhan bahan baku serta pelestarian budaya daerah melalui produksi emping melinjo, menjadi nilai tambah yang memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan sosial ekonomi masyarakat di Kecamatan Perbaungan. Dengan demikian, pengembangan emping melinjo sebagai komoditas ekspor tidak hanya meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha, tetapi juga dapat mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat identitas budaya Indonesia di pasar global. Oleh karena itu, emping melinjo memiliki potensi untuk menjadi produk unggulan nasional yang mampu memperkuat posisi Indonesia dalam perdagangan internasional apabila strategi pengembangan dilakukan dengan tepat dan berorientasi pada keberlanjutan.

SARAN

Berdasarkan temuan tersebut, pelaku usaha disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk melalui inovasi, baik dari sisi proses produksi, variasi rasa, maupun peningkatan kemasan yang sesuai dengan standar pasar global. Upaya untuk memperoleh sertifikasi keamanan pangan, seperti BPOM dan halal, juga menjadi langkah penting untuk membuka akses ekspor yang lebih luas. Pemerintah diharapkan memberikan pendampingan berkesinambungan dalam bentuk pelatihan terkait manajemen usaha, pemenuhan standar internasional, serta fasilitasi akses terhadap program ekspor dan bantuan pembiayaan yang diperlukan oleh UMKM.

Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperdalam analisis mengenai dampak jangka panjang kegiatan ekspor emping melinjo terhadap ketahanan ekonomi lokal dan keberlanjutan lingkungan, serta mengkaji strategi pemasaran digital yang lebih efektif untuk

menjangkau konsumen internasional. Kajian komparatif terhadap praktik UMKM serupa di daerah lain juga diperlukan guna menghasilkan rekomendasi yang lebih komprehensif bagi pengembangan produk lokal berbasis ekspor di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Yusuf, S. E., & Amirudin, S. E. *Manajemen Pemasaran: Potensi Bisnis Untuk Melakukan Penjualan Agar Lebih Maksimal*. Penerbit Adab.
- Anabuni, A. U. T. (2023). Strategi pengembangan UMKM untuk meningkatkan daya saing di era digitalisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Berkelanjutan*, 5(4), 2133–2138.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll Pyramid Of CSR: Talking Another Look. *Carroll International Journal Of Corporate Social Responsibility Vol.1 No.3*
- Elbrus, B. (2024). Pengembangan potensi ekspor bagi UMKM Jawa Barat dengan Indonesia–United Arab Emirates Comprehensive Economic Partnership Agreement (IUAE-CEPA). *Journal of Economics and Business UBS*, 13(5), 871–891
- Fadillah, A. N., & Ibrahim, H. (2023). Peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bisnis internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2494-2498.
- Fitriani, E. (2019). Analisis pengaruh perdagangan internasional terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 9(1), 17-26.
- Pane, A. S. A. S., Purba, A. T., Putri, H. R., & Harahap, L. M. (2025). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner (JPIM)*, 2(1), 122–129.
- Ramadhana, A. W. S., Aulia, A. D., & Ulum, T. (2024). Keunggulan komparatif ekspor kopi di Indonesia. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 110-123.
- Rasbin, R. (2020). Strategi meningkatkan ekspor produk-produk usaha mikro kecil dan menengah Indonesia: Studi kasus di Kabupaten Sleman dan Kota Surabaya. *Kajian*, 24(3), 149-158.
- Razak, R., Yunus, R., Hasbi, M. R., & Rajab, M. (2022). Implementasi Tanggung Jawab Sosial Pt Vale Indonesia Dalam Meningkatkan Keberdayaan Dan Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Perusahaan. *Jurnal Neo Societal*, 7(1).
- Risma, O. R., Zulham, T., & Dawood, T. C. (2018). Pengaruh suku bunga, produk domestik bruto dan nilai tukar terhadap ekspor di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam (Darussalam Journal of Economic Perspec)*, 4(2), 300-317.

- Sifa, A., Iffah, L. K., Pradana, M. W., Sofiah, U., & Sarpini, S. (2025). Implementasi Teori Keunggulan Komparatif dalam Kebijakan Perdagangan Indonesia: Studi Kasus Sektor Pertanian Kelapa Sawit. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 29-35.
- Tanaya, P. E. (2016). Tinjauan Sosiologi Hukum Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Etika Bisnis Dan Etika Sosial. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 2(2).