

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Agroindustri merupakan kegiatan pengolahan bahan baku hasil pertanian untuk menambahkan nilai guna dan nilai jual produk. Industri pengolahan merupakan salah satu sektor yang dominan kontribusinya dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Sari et al., 2015). Industri pengolahan terdiri atas industri berskala besar, sedang, dan kecil. Industri rumah tangga merupakan salah satu contoh industri pengolahan berskala kecil yang memperkerjakan kurang dari 5 orang (Sari et al., 2015).

Salah satu produk pengolahan hasil pertanian yang dikenal oleh masyarakat emping melinjo. Emping melinjo dikenal sebagai makanan pelengkap serta mempunyai kandungan yang baik bagi kesehatan, namun sebaiknya bagi penderita asam urat atau darah tinggi tidak mengkonsumsi emping melinjo secara berlebih (Sari et al., 2015). Agroindustri emping melinjo mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan melihat permintaan yang banyak (Istiyanti & Rina Kamardiani, 2017). Selain itu, industri emping melinjo merupakan salah satu alternatif usaha yang diharapkan mampu memberikan tambahan pendapatan bagi keluarga. Usaha ini dilakukan sebagai salah satu kegiatan pemanfaatan waktu luang dan dapat dijadikan sebagai mata pencaharian.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah tujuan wisata karena memiliki beragam tempat wisata yang setiap tahun dikunjungi oleh wisatawan baik dari mancanegara ataupun nusantara. Pada tahun 2017 jumlah wisatawan yang berkunjung ke DIY sebanyak 5.229.298 orang, sedangkan tahun 2018 mengalami kenaikan hingga 5.689.091 wisatawan (Dinas Pariwisata DIY, 2018).

Selain terkenal dengan wisata budaya, DIY juga memiliki beragam wisata kuliner. Terdapat banyak industri rumah tangga olahan pangan yang telah menjadi makanan khas dari DIY. Olahan pangan tersebut sangat beragam dan bahan bakunya dari hasil pertanian seperti jagung, bakpia, kacang-kacangan, melinjo, singkong, kelapa, dan lainnya.

Salah satu olahan pangan yang dikembangkan oleh masyarakat adalah emping melinjo. Emping melinjo merupakan makanan ringan yang diproduksi di beberapa sentra industri rumah di DIY salah satunya yaitu di Kabupaten Bantul. Hal ini dapat dilihat dari data jumlah industri rumah tangga emping melinjo di Kabupaten Bantul, sebagaimana tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Pengrajin Emping Melinjo di Kabupaten Bantul

No.	Kecamatan	Jumlah Pengrajin (orang)
1	Pundong	1
2	Kasih	22
3	Sewon	1
4	Sanden	13
5	Bambanglipuro	10
6	Bantul	8
7	Srandakan	1
8	Pajangan	5
9	Piyungan	2
10	Banguntapan	23
11	Pandak	73
JUMLAH		159

*Sumber: Data Primer diolah Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Bantul (2020)*

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jumlah pengrajin emping melinjo di Kabupaten Bantul yaitu 159 pengrajin yang tersebar di semua kecamatan. Wilayah yang paling banyak pengrajin emping melinjo yaitu Kecamatan Pandak sebanyak 73 pengrajin.

Industri emping melinjo dalam melakukan proses produksi masih menggunakan alat-alat sederhana dan proses yang manual sehingga biaya produksi yang dikeluarkan relatif rendah dengan harga jual yang kompetitif. Hal ini berarti emping melinjo mempunyai potensi untuk dikembangkan. Namun demikian, meskipun emping melinjo di Kecamatan Pandak berpotensi untuk dikembangkan, pemasaran yang dilakukan umumnya masih melibatkan banyak lembaga pemasaran sehingga mengakibatkan biaya pemasaran tinggi. Kegiatan pemasaran emping melinjo melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang berarti dapat mengakibatkan perbedaan harga yang tinggi antara produsen dan konsumen (Royfandi & Amri, 2019). Pemasaran yang dilakukan emping melinjo masih dengan cara tradisional yaitu dengan dijual kepada tengkulak sehingga jangkauan pemasaran yang kurang luas. Sementara itu, emping melinjo juga bersaing dengan makanan olahan modern lainnya. Masyarakat saat ini yang mayoritas sibuk dengan aktivitasnya salah satu pilihannya yaitu memilih untuk memakan makanan modern (*fast food*). Hal ini dapat membuat industri rumah tangga emping melinjo di Kecamatan Pandak, Kabupaten Bantul sulit berkembang karena biaya pemasaran yang tinggi, permintaan pasar yang rendah dan jangkauan pasar yang sempit.

Pada era modern ini, teknologi informasi semakin berkembang dan dapat menjangkau pasar yang luas. Teknologi informasi semakin canggih salah satunya yaitu dengan munculnya gadget dan laptop dengan berbagai fitur yang modern. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan yaitu melakukan pemasaran secara online dengan menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya. Munculnya teknologi tersebut tidak hanya

digunakan untuk berkomunikasi namun dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan serta mempromosikan kepada masyarakat yang lebih luas mengenai produk emping melinjo. Hal ini dapat dijadikan solusi untuk membuat jangkauan pemasaran yang lebih luas sehingga permintaan pasar naik.

Pengambilan keputusan untuk mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi dapat dilihat dari usia seseorang. Usia seseorang dibagi menjadi beberapa generasi usia. Menurut Teori Generasi Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, (2016) bahwa Generasi usia dibagi menjadi tiga, yaitu generasi X, generasi Y, dan generasi Z. Generasi X mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik atau biasa disebut dengan generasi yang tangguh. Generasi Y merupakan generasi millennial yaitu sudah mulai menggunakan pesan instan seperti SMA, dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Generasi Z merupakan generasi internet atau *igeneration* yaitu dapat mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*).

Pemasaran emping melinjo di Kecamatan Pandak sebagian kecil sudah menerapkan pemasaran online yaitu dengan menggunakan WhatsApp. Sementara itu, pengrajin lainnya masih menggunakan pemasaran yang seperti sebelumnya yaitu secara *offline* dengan dijual kepada tengkulak atau pedagang. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan teknologi pengrajin sehingga masih menggunakan pemasaran secara *offline*.

Berdasarkan fakta dan uraian di atas, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui persepsi pengrajin industri rumah tangga emping melinjo terhadap penerapan pemasaran secara online di Kecamatan Pandak, Kabupaten Bantul. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran yang tinggi, jangkauan pemasaran yang sempit

dan permintaan yang rendah. Lokasi yang diambil sebagai tempat untuk penelitian karena Kecamatan Pandak merupakan sentra industri pengrajin emping melinjo terbanyak se-Kabupaten Bantul. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui persepsi pengrajin industri rumah tangga emping melinjo terhadap penerapan pemasaran secara online sehingga dapat mengoptimalkan perkembangan teknologi guna menjangkau pemasaran yang lebih luas dan efektif.

### **B. Tujuan**

1. Mendeskripsikan kondisi pemasaran industri rumah tangga emping melinjo di Kecamatan Pandak.
2. Mengetahui persepsi industri rumah tangga emping melinjo di Kecamatan Pandak terhadap penerapan pemasaran online.

### **C. Kegunaan**

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mendistribusikan produk tersebut dan dapat melakukan pemasaran secara online untuk mengembangkan usaha rumah tangga emping melinjo.
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan dijadikan referensi untuk penyusunan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemasaran produk pertanian.