

## PROGRAM PENGEMBANGAN UMKM PRODUKSI LUMPIA GORENG (LUGOR) DESA WANAKARTA

### Abstraksi

*Kurangnya pengetahuan masyarakat desa Wanakarta mengenai penggunaan teknologi terutama pada teknologi digital, Dalam rangka pengembangan UMKM di desa Wanakarta terutama dalam penggunaan teknologi dalam proses produksi dan proses pemasaran dalam UMKM, sehingga menjadi wadah industri Inovatif, kreatif dan mandiri untuk pelaku UMKM, UMKM ini adalah salah satu usaha milik warga Desa Wanakarta yang memproduksi lumpia goreng. Dalam proses produksinya masih menggunakan alat tradisional seperti dalam pengemasan yang menggunakan lilin dan proses pemasaran yang masih sederhana dimana pelaku UMKM mengirimkan atau menitipkan produknya ke warung-warung belum menggunakan Teknologi Digital Pemasaran seperti marketplace dan sosial media.*

Suherman<sup>1</sup>, Marlia Purnamasari<sup>2</sup>,  
Wahyudin<sup>3</sup>, Riski Fahriansyah<sup>4</sup>

Kata Kunci: UMKM, Lumpia Goreng, teknologi digital pemasaran

### Abstract

*The lack of knowledge of the Wanakarta village community regarding the use of technology, especially in digital technology, in the context of developing MSMEs in Wanakarta village, especially in the use of technology in the production process and marketing processes in MSMEs. so that it becomes an innovative, creative and independent industrial platform for MSMEs actors, this MSMEs is one of the businesses owned by the residents of Wanakarta Village which produces fried spring rolls. In the production process they still use traditional tools such as packaging that uses candles and a marketing process that is still simple where MSME actors send or deposit their products to stalls that have not used Digital Marketing Technology such as marketplaces and social media.*

<sup>1</sup>Teknik Informatika, Universitas  
Serang Raya

<sup>2</sup> Komputerisasi Akuntansi,  
Universitas Serang Raya

<sup>3</sup>Manajemen, Universitas Serang  
Raya

<sup>4</sup>Teknik Industri, Universitas Serang  
Raya

Article history

Received : 11 Agustus 2023

Revised : 20 Agustus 2023

Accepted : 22 Agustus 2023

\*Corresponding author

Marlia Purnamasari

Email : marlia.unsera@gmail.com

Keywords: MSME, Fried Lumpia, marketing digital technology

© 2023 Some rights reserved

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu prioritas pengembangan di setiap negara. Hal ini disebabkan oleh besarnya sumbangih UMKM terhadap negara, khususnya dalam bidang ekonomi dan sosial. Selain meningkatkan pertumbuhan ekonomi, UMKM sangat berperan dalam menyerap tenaga kerja sektor informal dan pemerataan pendapatan masyarakat, khususnya di daerah (Ukkas, 2017) (Supriyanto, 2006). oleh karena itu, berbagai kebijakan dan program pendukung telah dirumuskan dan diimplementasikan oleh pemerintah pusat dan daerah untuk mendukung pemberdayaan UMKM dan pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

Kebijakan dan program pendukung tersebut bertujuan untuk melindungi dan mengembangkan UMKM melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif. (Adam, Rumapea, & Rumawas, 2016)

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini, Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat (Darwanto, 2013). Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal

ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja. (Hamid & Susilo, 2011).

Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan.

Kegiatan pengembangan Lumpia Goreng (LUGOR) ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk mengembangkan wawasan serta meningkatkan pemahaman masyarakat terutama untuk pelaku UMKM tentang bagaimana proses produksi dan pemasaran yang efektif dan efisien, dengan memanfaatkan teknologi baik itu teknologi digital pemasaran yang menggunakan beberapa aplikasi seperti Shoppe, Facebook, Instagram, Dan Whatsap dan juga teknologi untuk pengemasan, Dalam proses pengemasan masih menggunakan alat tradisional dan diganti dengan memanfaatkan alat teknologi yaitu Heat Press, Semoga bisa menjadi produk yang memiliki kualitas yang sangat baik.

## METODE PELAKSANAAN

### A. Persiapan

1. Survei, yaitu pengamatan langsung lapangan untuk mengetahui tempat pengolahan Lumpia Goreng di Desa Wanakarta Kampung Luwung Teja.

2. Wawancara:

- melakukan diskusi untuk meminta ijin kepada pihak UMKM.
- Menanyakan adakah kendala baik itu dalam proses produksi atau pemasaran dan kendala lainnya

### B. Pelaksanaan

Membantu pelaku UMKM dalam proses pembuatan Lumpia Goreng, ternyata dalam pembuatan Lumpia Goreng pelaku UMKM masih menggunakan alat tradisional seperti saat menggulung Lumpia Goreng menggunakan pensil.



Gambar 1 Proses Pembuatan Lumpia Goreng

### C. Pengoreng Dan Peracikan Rasa

Setelah proses pembuatan Lumpia Goreng selanjut proses penggorengan lumpia goreng yang memakan waktu sekitaran 30 menit sampai warna lumpianya berubah menjadi dari warna

putih menjad warna kecoklatan. setelah lumpia digoreng lalu ditusuk atau lumpianya dikeringkan supaya tidak ada minyak. proses pengeringan ini memakan waktu yang sangat panjang juga yaitu 2 hari, selanjutnya keperacikan buat rasa pada lumpia goreng, disini pelaku umkm menggunakan rasa balado.



Gambar 2. Proses Penggorengan Lumpia Goreng

### D. Pengemasan

Pengemasan atau Packaging menggunakan pengemasan yang ukuran kecil saja yang dijual 500/pcs dan 1000/pcs, logo brand lumpia gorengnya kelihatan kurang menarik, maka kami mengusulkan atau memberi masukan kepada pelaku UMKM untuk menambahkan ukuran pengemasan atau Packaging dengan ukuran 400gram yang dijual dengan harga 15rb/pcs dan merubah logo brand lumpia dengan desain supaya lebih menarik dan rapih. Dalam pengemasan juga masih menggunakan alat tradisional dalam mengepres elastiknya menggunakan lilin dan sekarang sudah diganti dengan menggunakan mesin heat press.



Gambar 3 pengemasan dan logo Lumpia Goreng

### E. Pemasaran

#### • Offline

Menggunakan pemasaran manual dimana lumpia goreng dititipkan ke warung, pasar, dan kantin sekolah untuk mengenalkan produknya.

#### • Online

Supaya pemasaran lebih luas sehingga produknya dapat dikenal banyak orang kami memberikan arahan kepada pelaku umkm untuk menjual lumpia Gorengnya lewat online atau E-commerce juga, yang paling utama supaya lumpia goreng ini dikenal banyak orang sehingga otomatis penjualan atau permintaan konsumenpun akan meningkat. dalam penjualan online menggunakan beberapa aplikasi seperti shoppe, facebook, instagram,

dan whatsapp dan kami mengajarkan dan membimbing pelaku UMKM baik itu dalam pembuatan masing-masing akun sampai penggunaannya.



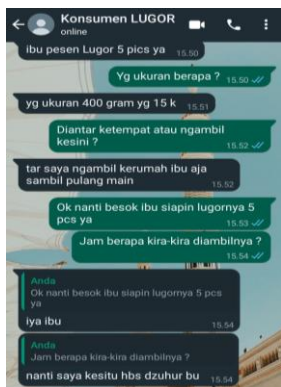
Gambar 4 Pemasaran Online melalui Shoppe



Gambar 5 Proses Dalam Pembuatan Dan Penggunaan Shoppe



Gambar 2.2 Pemasaran Online Melalui Instagram



Gambar 2.2 Interaksi Dengan Costumer Melalui Whatsapp



Gambar 2.2 Pemasaran Online Melalui Status Whatsapp

## PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis situasi yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian yaitu survey awal di Desa Wanakarta Kecamatan Bojonegara Kabupaten Serang yang menyebutkan bahwa masyarakat masih merasa kesulitan dalam memanfaatkan teknologi terutama pada teknologi. Berdasarkan hasil diskusi dengan pelaku UMKM menginginkan untuk membimbing dan mengajarkan penggunaan teknologi terutama teknologi digital dalam pemasaran online sehingga dapat memberikan pengaruh kepada perkembangan UMKM di desa Wanakarta. Hasil diskusi disepakati diadakan bimbingan dan pendampingan untuk perkembangan UMKM.

Kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk menggali potensi serta kreativitas dan membantu perekonomian masyarakat desa Wanakarta.

Terdapat dua pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian tersebut, yaitu pendekatan pembimbingan dan pendampingan. Pada kegiatan pertama, yaitu pembimbingan, pelaku UMKM mendapatkan bimbingan mengenai cara-cara yang efektif dan efisien dengan menggunakan perkembangan teknologi dalam pembuatan Lumpia Goreng sehingga menghasilkan Lumpia Goreng yang siap untuk dipasarkan. Sedangkan untuk kegiatan ke dua, yaitu pendampingan, pelaku UMKM selalu mendapat pendampingan agar mendapatkan hasil yang memuaskan, hasilnya adalah pelaku UMKM mampu memasarkan sendiri secara online atau E-commerce dengan menggunakan beberapa aplikasi seperti shoppe, Instagram, dan whatsapp. Pelaku UMKM sangat antusias dalam mengikuti bimbingan dan pendampingan ini karena mereka menganggap bahwa kegiatan ini sangat penting dan dapat meningkatkan sumber daya manusia yang produktif dan menambah pendapatan keluarga.

Rangkaian kegiatan pengabdian ini tidak hanya meliputi kegiatan pembimbingan dan pendampingan saja, melainkan yang dilakukan sebagai rangkaian dalam kegiatan pengabdian ini adalah penyuluhan.

Pada kegiatan penyuluhan, yaitu memberikan yang berkaitan dengan pengetahuan materi pemanfaatan teknologi, pemasaran secara online dan lain sebagainya.

Setelah itu pelaku UMKM diberitahu cara pemasaran hingga memperoleh keuntungan dari modal yang di gunakan. Alhamdulillah hasil dari produksi dengan memanfaatkan teknologi menghasilkan banyak keuntungan, dengan kemasan yang semakin rapih ditambah dengan desain logo brand produk lumpia goreng yang semakin menarik dan dipasarkan melalui E-commerce atau Online sehingga jumlah pemesanan Alhamdulillah mengalami kenaikan .Dan penjualannya hingga Kota Cilegon dan Serang. Banyak yang minta order kembali baik yang penjualan secara offline atau online, pelaku UMKM tersebut membuat Lumpia Goreng lebih banyak lagi untuk memenuhi permintaan konsumen dan perlu tenaga baru (karyawan) untuk memaksimalkan dalam proses produksinya sehingga permintaan konsumen dapat terpenuhi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

- a. Pelaku UMKM harus menguasai tentang penggunaan teknologi digital pemasaran agar pemasaran lumpia goreng dapat dikenal semua orang sehingga bisa meningkatkan jumlah permintaan konsumen dan produksinya pun otomatis akan meningkat sehingga apabila produksi meningkat maka jumlah karyawan pun akan bertambah untuk memaksimalkan permintaan konsumen.
- b. Perkembangan teknologi harus menjadi momentum untuk pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan alat-alat teknologi moderen dalam proses pengemasan, Dimana pelaku UMKM dalam pengemasan masih menggunakan alat tradisional seperti lilin dan disini kita mengganti alat tersebut dengan memberikan mesin heat press kepada pelaku UMKM agar dalam proses pengemasan bisa lebih efektif dan efisien. kami juga memberikan plastik packaging dengan ukuran 400 gram dan juga mengganti logo brand produk agar lebih menarik konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

Adam, S., Rumapea, P., & Rumawas, W. (2016). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Ternate (Studi Dinas Koperasi dan UKM Kota

Ternate. *Society (Jurnal Ilmu Sosial dan Pengelolaan Sumberdaya Pembangunan)*, 129-142.

Darwanto. (2013, September). Peningkatan daya saing UMKM berbasis Inovasi dan kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 20(2), 142-149.

Hamid, E. S., & Susilo, Y. (2011, Juni). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 45-55.

Supriyanto. (2006). Perbedayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. 3(1), 1-16.

Ukkas, I. (2017, febuari). Strategi dan Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Berkemajuan: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 22-25.