

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767

Peningkatan Produktivitas UKM Lontong Plastik Mini Modern di Desa Kolam

Vega Liana¹, Rima Rizki Syahputri², Putri Ayuni³, Gita Kurnia Sari Sembiring⁴, Zainarti⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

vegaliyana@gmail.com¹, rimaputri272@gmail.com², pa6851060@gmail.com³

gitaKurniasari025@gmail.com⁴, zainartimm60@gmail.com⁵

ABSTRACT

SMEs are small and medium enterprises owned by individuals or individual business entities. Small and Medium Enterprises (SMEs) have an important role in supporting the national economy. Therefore, SMEs need to get attention from the government and academics. Various processed food products are produced by SMEs. Lontong is one of the staple food products that we often encounter and consume. Lontong is made from rice wrapped in plastic, banana leaves and boiled. The majority of Lontong business owners continue to produce their goods using firewood and improvised tools. As a result, the quality and production capacity remain low. However, on this occasion the researchers conducted research on the mini Lontong UKM located in the village of Pond, Kab. Deli Serdang Kec. Percut Sei Tuan here, researchers see the production process for making rice cake at Mrs. Risna's house. The manufacturing process is very modern because it uses modern cooking utensils, namely using a gas stove and the cooking process takes 6 hours faster. The mini size of the lontong and the cheap and economical price makes it attractive for the public to buy the product and the owner distributes it to markets and online media such as social media and other online media.

Keywords : *lontong ukm, productivity, production marketing.*

ABSTRAK

UKM merupakan usaha kecil dan menengah yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha perorangan. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran penting dalam mendukung perekonomian nasional. Karena itu, UKM perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah maupun akademisi. Berbagai produk olahan pangan dihasilkan oleh UKM. Lontong merupakan salah satu produk makanan pokok yang sering kita jumpai dan konsumsi. Lontong ini dibuat dari beras yang dibungkus dengan plastic, daun pisang dan direbus. Mayoritas pemilik usaha Lontong tetap memproduksi barangnya dengan menggunakan kayu bakar dan alat seadanya. Akibatnya, kualitas dan kapasitas produksi tetap rendah. Namun pada kesempatan kali ini peneliti melakukan riset UKM Lontong mini yang berada di desa kolam Kab. Deli Serdang Kec. Percut Sei Tuan disini peneliti melihat proses produksi pembuatan lontong di rumah ibu Risna, Proses pembuatan sudah sangat modern karena menggunakan alat masak yang sudah modern yaitu menggunakan kompor gas dan proses masaknya pun lebih cepat membutuhkan waktu 6 jam. Ukuran lontong yang mini dan harga yang murah dan ekonomis membuat daya tarik masyarakat untuk membeli produk tersebut dan owner mendistribusikan ke pasar dan media online seperti soscial media dan media online lainnya ini menjadi daya para customer media online yang membuat lontong ini menjadi terkenal.

Kata kunci : *ukm lontong, produktivitas, pemasaran produksi.*

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran penting dalam mendukung perekonomian nasional. Karena itu, UKM perlu mendapatkan perhatian dari pemerintah maupun akademisi. Berbagai produk olahan pangan dihasilkan oleh UKM. Lontong merupakan salah satu produk makanan pokok yang sering kita jumpai dan konsumsi. Lontong ini dibuat dari beras yang dibungkus dengan daun pisang dan direbus. Proses pembuatannya masih sederhana, produksi masih terbatas dan kurang memperhatikan mutu produk, sehingga perlu mendapatkan perhatian.

Kualitas lontong ditentukan oleh kualitas bahan beras, volume pengisian, dan proses perebusan. Kualitas beras yang rendah akan menghasilkan lontong dengan tekstur yang keras. Volume pengisian beras yang tidak tepat (terlalu sedikit atau terlalu banyak) dapat menghasilkan lontong yang lembek atau lontong yang kurang matang (keras). Kualitas lontong juga dipengaruhi oleh lama waktu dan kestabilan perebusan. Pemanasan dengan kayu bakar dan alat perebusan yang sederhana sulit untuk bisa menghasilkan kualitas lontong yang stabil.

UMKM Lontong mini yang berada di Jl.Pembangunan Desa Kolam Kab.Deli serdang kec.percut sei tuan ini, sudah beroperasi sejak tahun 2021 silam sudah hampir 1 tahun berjalan mendirikan usaha ini. Namun usaha ini tidak berjalan lancar dan mulus ada beberapa permasalahan yang menghambat lontong ini yang terkadang mengalami kemacetan dari konsumen akibat covid 19 dan ekonomi masyarakat yang rendah berbagai macam permasalahannya yaitu :

1. Permasalahan produksi bahan pokok beras yang meningkat naik,
2. Daya tarik konsumen yang tidak selamanya berjalan lancar
3. Teknik Pemasaran(Marketing) nya kurang update dalam proses pemasarannya, Hal ini karena kurang alat publikasi yang canggih dan tenaga SDM yang ahli dibidangnya.
4. Proses pembuatannya masih tradisional

Berbagai permasalahan tersebut bisa diatasi dengan cara yaitu :

1. Membuat stock bahan pokok beras dari hasil penjualan disisihkan untuk modal agar tidak mengikuti harga pasar yang naik,
2. Harus mencari inovasi baru dari produksi lontong tersebut agar diminati banyak orang yaitu yang awal bentuk lontongnya ukuran besar (normal) menjadi mini sesuatu yang berbeda dari lontong biasanya dan menggunakan plastik dan sedikit daun pisang untuk memperindah bentuknya,
3. Harus mencari Alat publikasi yang canggih dan SDM yang ahli dibidangnya agar produk usaha ini bisa berjalan lancar dan menguntungkan.
4. Proses pembuatannya harus menggunakan tekonologi modern agar tidak memakan banyak waktu dan cepat dan efisien.

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767

KAJIAN TEORI

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi berbagai persoalan. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, pelaku UMKM membutuhkan edukasi mengenai permodalan, pemasaran dan keterampilan proses (Jatmika, 2016). Faktor-faktor yang menjadi penghambat pertumbuhan UMKM diantaranya adalah faktor internal dan eksternal yaitu finansial, manajerial dan kurangnya jaringan usaha yang dimiliki (Adawiyah & Rabiatal, 2013).

UMKM harus mampu menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta memiliki keunggulan. Mereka harus memberikan kepuasan konsumen serta dapat menciptakan peluang pasar yang lebih besar. Oleh karena itu, perlupengembangan dan pembinaan secara berkesinambungan (Triyaningsih, 2020). Kelemahan lain yang ada pada UMKM adalah kurangnya inovasi dan administrasi dalam menjalankan usahanya (Naufalin, 2020).

Penerapan teknologi tepat guna sangat mendukung produktifitas bagi UMKM. Teknologi pencetak krupuk otomatis yang mengganti mesin manual dapat meningkatkan kapasitas dan area pemasaran UKM kerupuk di daerah Tegal (Hariyanto & Kurniawan, 2014).

Strategi pemasaran produk adalah usaha dalam memasarkan sebuah produk, barang, atau jasa dengan cara tertentu untuk memperkenalkan produk secara lebih luas ke masyarakat. sehingga penjualan akan meningkat. Dalam Usaha Lontong Mini Strategi yang diberikan yaitu membuat inovasi baru dari lontong tersebut dan mendistribusikan ke media online seperti social media dan media belanja online lainnya seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia dan lain-lain agar membuat daya tarik pecinta kuliner.

METODE PENELITIAN

Program Mini Riset UMKM ini di selenggarakan melalui serangkaian proses mulai dari sosialisasi kemasayarakat dan evaluasi proksi umkm di desa kolam dalam penelitian ini Metode Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dengan menerapkan teknik pengumpulan data yaitu melakukan tinjauan pustaka (*library research*), wawancara, dokumentasi dan pengumpulan data melalui internet dan survey langsung kelapangan terhadap narasumber yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Mini Riset UMKM ini dilaksanakan di Desa Kolam Kab. Deli Serdang Kec. Percut Sei Tuan Kota Medan. Program Mini Riset ini dilaksanakan pada hari Jumat, 2 Desember 2022.

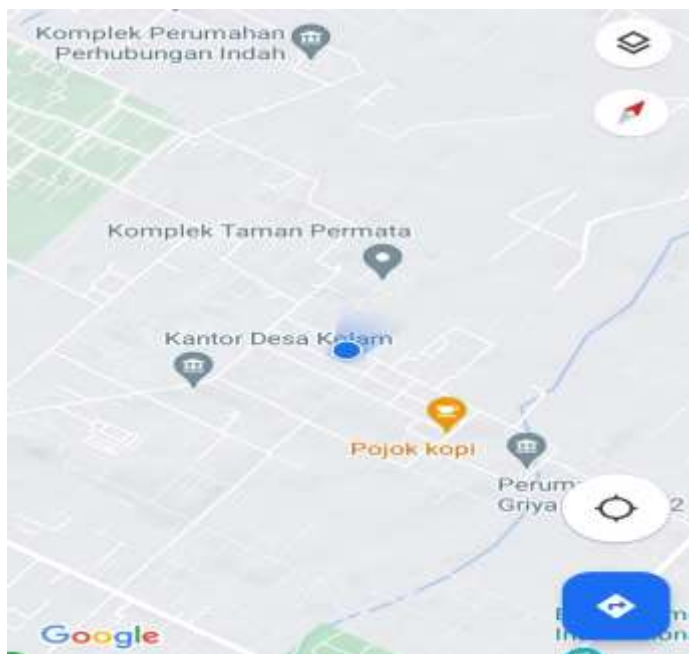
Berikut Peta Lokasi UMKM Lontong Mini Ibu Risna :

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767



Gambar 1. Peta Lokasi UMKM Lontong Mini

Pada kesempatan ini peneliti telah melihat langsung dan mewawancarain narasumber dalam proses pembuatan Lontong Plastik Mini dari tahap awal hingga akhir pembuatan sampai dengan proses pemasaran produksinya berikut proses pembuatan Lontong Plastik Mini Ibu Risna :

Langkah-Langkah Proses Pembuatan Lontong Plastik Mini Ibu Risna :

1. Pertama cuci beras terlebih dahulu sampai bersih kemudian direndam sebentar sekitar 15 menit dan campurkan Obat lontong agar lontong tahan lama.
2. Kemudian masuk ke proses pengemasan yaitu setelah beras sudah ditiriskan langsung masukan beras ke plastik yang sudah dialasin dengan daun pisang untuk memasukinya bisa menggunakan minuman cup agar beras masuk kedalam tidak berserakan.



Gambar 2. Proses memasukan Beras Kedalam Plastik

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767

3. Kemudian setelah itu proses laminating



Gambar 3. Proses Laminating

4. Dan hasil lontong plastik mini seperti dibawah ini :



Gambar 4. Hasil Lontong Mini setelah dikemas

5. Kemudian masuk ke proses perebusan Lontong Mini menggunakan kompor Gas selama waktu sekitar 6 Jam.
6. Setelah proses perebusan selama 6 Jam maka lontong mini sudah siap untuk disajikan dan dipasarkan seperti ini hasilnya :

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767



Gambar 5. Hasil Lontong Mini yang sudah siap jadi untuk dinikmati dan dipasarkan.

Dari proses pembuatan Lontong Plastik Mini diatas Peneliti telah mewawancarai narasumber (owner) lontong mini yaitu ibu risna :

"Awal membuka Usaha ini akhir tahun 2021 yaitu dibulan Desember dan sudah berjalan hingga sekarang pertama saya hanya iseng coba ingin membuat suatu varian baru dari sebuah lontong yang pada umumnya lontong itu menggunakan daun pisang dan ukurannya identik persegi panjang dan besar namun saya dan suami saya ingin membuat sesuatu varian baru dari lontong yaitu memiliki ide membuat lontong mini dari bahan plastik dan daun pisang awal mula hanya menggunakan plastik saja namun agar suatu lontong tetap awet dan tahan lama saya memiliki ide tetap menggunakan daun disisi dalamnya agar tercipta aroma wangi dari lontong tersebut."(Risna :2022)

Permasalahan yang terjadi dalam menjalankan produksi Lontong Plastik Mini ini yaitu :

"Dampak Covid 19 yang menghadang Indonesia membuat industri usaha menurun hal ini berdampak pada usaha lontong mini saya, Terkadang Bahan pokok yang naik dan konsumen menurun membuat usaha saya jadi rugi namanya jualan pasti kadang ada pasang surut nya tidak selamanya berjalan lancar (laris manis). Adakalanya saya dititik dimana konsumen mulai bosan dan berhenti berlangganan dengan saya namun saya tidak menyerah dengan usaha ini dan membuat varian baru saya menyebarluaskan ke media online seperti Social Media : FB,Instagram dan Whatts;App jadi para konsumen masih tetap membelinya melalui online dan siap delivery kerumah anda" (Risna : 2022)

Hasil Keuangan dari Produksi Lontong Mini :

"Dari segi penghasilan tidak menentu terkadang lumayan(menguntungkan) terkadang juga macet akibat rendahnya ekonomi masyarakat ini biasanya jika hari besar seperti lebaran dan hari besar seperti tahun baru dibanjirin pesanan sampai 1000 bks lontong bahkan sampai 2000 bks keuntungan yang didapatkan sampai 1 juta sampai 2juta

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767

rupiah. Nah jika hari biasa paling hanya mendapatkan paling banyak 200-300 ribu perminggu” (Risna : 2022).

Dari Hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa Usaha Lontong Mini ini sangat membuat daya tarik masyarakat sendiri karena bentuk yang unik membuat masyarakat tertarik untuk membelinya terlebih jika kita pandai memaplikasikan ke media online ini akan menjadi suatu bisnis yang menguntungkan. Namun ukurannya yang mini dan harga nya yang murah dan terjangkau terkadang mengalami kendala bagi owner terhadap harga bahan pokok beras yang naik membuat owner menjadi rugi dan konsumen yang menurun akibat covid 19 yang mengakibatkan usaha ini menurun. Tetapi owner lontong mini tidak menyerah dan terus membuat varian baru agar lontong mini ini tetap terus dikembangkan dan menghasilkan keuntungan yang lebih banyak lagi.

KESIMPULAN

Dalam mempertahankan industri rumahan agar bisa tercatat, khususnya dengan mengatasi masalah pemasaran yang berkelanjutan. Pemilik bisnis rumahan di desa Persatuan masing-masing memiliki rencana pemeliharaan yang unik.

Owner Lontong Mini ini membuat ide memasarkan usahanya ke media online seperti media social : FB, Instagram, dan Whatt's App dan juga dipasrkan ke media belanja online seperti Shopee, Lazada, dan tokopedia agar diimport keluar kota medan dan menjadi bisnis rumahan yang inovasi, unik, kreatif dan menguntungkan.

SARAN

Dalam mengembangkan *home industry* penulis menyarankan pemilik usaha *home industry* untuk meningkatkan efektivitasnya dalam menghasilkan produksi dan pemasaran produknya. Sehingga, Keberadaan industri rumah tangga ini tidak hanya meningkatkan perekonomian para pemilik industri rumah tangga, tetapi juga memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar karena terciptanya peluang bisnis baru bagi ibu rumah tangga yang tinggal di sekitarnya, maupun bagi mereka yang hanya berpendidikan SD, SMP, dan SMA. atau diploma sekolah menengah dan mereka yang tidak memiliki gelar sarjana. Selain itu, pria maupun wanita bisa bekerja di industri rumahan ini.

Transformasi Manageria

Journal of Islamic Education Management

Volume 3 Nomor 2 (2023) 459-466 P-ISSN 2775-3379 E-ISSN 2775-8710

DOI: 10.47476/manageria.v3i2.2767



Gambar 6. Dokumentasi Survey Lokasi Mini Riset Lontong Mini Ibu Risna Di Desa Kolan

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, & Rabiatul, W. (2013). Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas. *Sustainable Competitive Advantage*,

Hariyanto, A., & Kurniawan, Y. (2014). Peran Teknologi Tepat Guna pada Pengembangan UKM. *Prosiding Konferensi dan Seminar Nasional Teknologi Tepat Guna* (p. 1). Bogor: LIPI.

Jatmika, R. (2016). Masalah yang Dihadapi Usaha Kecil Menengah di Indonesia. *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, Volume II Edisi 6.

Naufalin, L. (2020). Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Akutansi*, 95-102.

Triyaningsih, S. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 37-46.

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN/article/view/5849>

(Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022)

<https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-produk-yang-harus-anda-coba>

(Diakses Pada Tanggal 10 Desember 2022).