

Penguatan produksi dan pemasaran Home Industry Kulit Lumpia di Kandangan

Susilowati^{1*} Endah Sri Bintari² Muhammad Edward³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia, Banjarmasin, 70248, South Kalimantan, Indonesia

Email

susilowaticendekiaku@gmail.com*, endahbintari08@gmail.com, edwardmuhammad857@gmail.com

Received: March, 01, 2026 Revised: March, 31, 2026 Accepted: April, 15, 2026

Abstract

This article presents the results of a community service program focused on strengthening production and marketing at the CY Spring Roll Wrapper Home Industry in Kandangan, Hulu Sungai Selatan Regency. The activities were carried out through industrial visits, observations of the production process, interviews with the business owner, documentation, discussions, and the preparation of business development recommendations. The main problems identified were that the production process still relied heavily on manual skills, production cost records had not been maintained systematically, the product brand had not been managed optimally, the packaging remained simple, and marketing was limited to direct orders and certain social media platforms. The capacity-building activities focused on enhancing participants' understanding of production stages, identifying raw material costs, labor costs, operational costs, determining selling prices, branding, packaging, and digital promotion. The results indicate that the spring roll wrapper business has strong economic potential because raw materials are readily available, the production process is relatively simple, the selling price is affordable, and market demand comes from both households and culinary businesses. This program provided benefits by improving participants' understanding of the importance of production cost recording, strengthening product quality, enhancing packaging, and expanding marketing strategies. As a follow-up, the program recommends providing assistance in calculating the cost of production, developing product branding, improving packaging, creating product catalogs, and promoting products through WhatsApp Business, Instagram, and local MSME networks.

Keywords: home industry, spring roll wrappers, production, marketing, MSMEs

Abstrak

Artikel ini menyajikan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai kegiatan penguatan produksi dan pemasaran pada Home Industry Kulit Lumpia CY di Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Kegiatan dilaksanakan melalui kunjungan industri, observasi proses produksi, wawancara dengan pelaku usaha, dokumentasi, diskusi, serta penyusunan rekomendasi pengembangan usaha. Permasalahan utama yang ditemukan adalah proses produksi masih sangat bergantung pada keterampilan manual, pencatatan biaya produksi belum dilakukan secara tertib, merek produk belum dikelola secara optimal, kemasan masih sederhana, dan pemasaran masih terbatas pada pemesanan langsung serta media sosial tertentu. Materi penguatan diarahkan pada pemahaman tahapan produksi, identifikasi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya operasional, penentuan harga jual, pemberian merek, pengemasan, dan promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa usaha kulit lumpia memiliki potensi ekonomi yang baik karena bahan baku mudah diperoleh, proses produksi relatif sederhana, harga jual terjangkau, dan permintaan pasar berasal dari rumah tangga serta pelaku usaha kuliner. Kegiatan ini memberikan manfaat berupa peningkatan pemahaman mengenai pentingnya pencatatan biaya, penguatan kualitas produk, perbaikan kemasan, dan perluasan pemasaran. Sebagai tindak lanjut, kegiatan merekomendasikan adalah pendampingan pencatatan harga pokok produksi, desain merek, katalog produk, serta promosi melalui WhatsApp Business, Instagram, dan jaringan UMKM lokal.

Keywords: home industry, kulit lumpia, produksi, pemasaran, UMKM

1. Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran penting dalam menggerakkan ekonomi daerah. Keberadaan usaha kecil tidak hanya menciptakan aktivitas produksi dan transaksi ekonomi, tetapi juga membuka kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan keluarga, dan menjaga keberlanjutan produk lokal. Salah satu bentuk usaha kecil yang banyak berkembang di masyarakat adalah usaha rumahan atau home industry di bidang kuliner. Usaha kuliner rumahan umumnya memiliki keunggulan karena menggunakan bahan baku yang mudah diperoleh, proses produksi dapat dilakukan dengan peralatan sederhana, serta memiliki pasar yang dekat dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sehari-hari.

Kulit lumpia merupakan salah satu produk kuliner pendukung yang memiliki permintaan cukup luas. Produk ini digunakan sebagai bahan pembungkus lumpia basah, lumpia goreng, pisang coklat, martabak tahu, risoles, dan berbagai olahan makanan ringan lainnya. Karena fungsinya sebagai bahan antara bagi produk kuliner lain, kulit lumpia memiliki pasar yang tidak hanya berasal dari konsumen rumah tangga, tetapi juga dari pedagang gorengan, pelaku UMKM makanan, katering, dan usaha jajanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa produksi kulit lumpia memiliki peluang ekonomi yang baik apabila dikelola dengan proses produksi yang konsisten dan strategi pemasaran yang lebih terarah.

Home Industry Kulit Lumpia CY di Kandangan merupakan salah satu usaha rumahan yang bergerak dalam produksi kulit lumpia. Usaha ini dikembangkan dari pengalaman pelaku usaha dalam bidang kuliner dan terus berjalan karena adanya kebutuhan pasar terhadap kulit lumpia siap pakai. Proses produksi dilakukan di rumah produksi dengan tahapan pengadonan, pengistirahatan adonan, pencetakan, pendinginan, dan pengemasan. Kegiatan produksi memerlukan ketelitian karena kualitas kulit lumpia sangat dipengaruhi oleh tekstur adonan, ketebalan pencetakan, suhu wajan, serta cara penyimpanan dan pengemasan produk.

Meskipun memiliki prospek yang baik, *home industry* sering menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan produksi dan pemasaran. Pada aspek produksi, pelaku usaha membutuhkan pencatatan biaya yang lebih tertib agar dapat menghitung harga pokok produksi dan keuntungan secara lebih akurat. Pada aspek pemasaran, produk perlu memiliki merek, kemasan, informasi kontak, dan promosi yang konsisten agar lebih mudah dikenal oleh konsumen. Tanpa penguatan pada dua aspek tersebut, usaha yang sebenarnya memiliki potensi pasar dapat mengalami hambatan dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya memberikan pemahaman praktis mengenai penguatan produksi dan pemasaran pada *home industry* kulit lumpia. Kegiatan tidak hanya diarahkan pada pengamatan proses produksi, tetapi juga pada analisis sederhana terhadap biaya bahan baku, tenaga kerja, biaya pendukung, harga jual, cara pemasaran, serta peluang perbaikan usaha. Dengan pendekatan tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan mampu memberikan manfaat langsung bagi pelaku usaha, sekaligus menjadi media pembelajaran bagi tim pelaksana dalam memahami persoalan nyata yang dihadapi UMKM kuliner rumahan.

Tujuan kegiatan ini adalah mengidentifikasi proses produksi kulit lumpia, memahami komponen biaya produksi dan operasional, menelaah pola pemasaran yang telah dilakukan, serta merumuskan rekomendasi penguatan usaha. Fokus artikel ini adalah menjelaskan bagaimana kegiatan kunjungan industri dan diskusi pengembangan usaha dapat digunakan sebagai pendekatan pengabdian untuk memperkuat produksi dan pemasaran Home Industry Kulit Lumpia CY di Kandangan.

Kontribusi kegiatan ini terletak pada penyusunan rekomendasi penguatan usaha yang

menghubungkan produksi, biaya, dan pemasaran dalam satu kerangka sederhana. Pendekatan tersebut penting karena pelaku usaha rumahan sering kali memandang produksi dan pemasaran sebagai dua kegiatan yang terpisah. Padahal, mutu produksi memengaruhi kepuasan pelanggan, pencatatan biaya memengaruhi harga jual, dan pemasaran menentukan kemampuan usaha untuk memperoleh pesanan baru.

2. Desain dan Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif-partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena kegiatan dilakukan melalui interaksi langsung dengan pelaku usaha, pengamatan terhadap proses produksi, wawancara, dokumentasi, dan diskusi mengenai kebutuhan pengembangan usaha. Sasaran kegiatan adalah Home Industry Kulit Lumpia CY yang berlokasi di Gg. Ratu Wangi, Kandangan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Kegiatan kunjungan dilaksanakan pada 17 April 2022 pukul 14.00 WITA sesuai dokumen laporan kegiatan.

Tahapan kegiatan meliputi persiapan, kunjungan lapangan, observasi proses produksi, wawancara dengan pelaku usaha, identifikasi biaya produksi, diskusi pemasaran, penyusunan rekomendasi, serta evaluasi hasil kegiatan. Pada tahap persiapan, tim pelaksana mengumpulkan informasi awal mengenai profil usaha dan fokus pengamatan. Pada tahap kunjungan, tim mengamati proses pembuatan kulit lumpia secara langsung mulai dari pencampuran bahan hingga pengemasan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, jumlah tenaga kerja, harga jual, komponen biaya, dan strategi pemasaran.

Data kegiatan diperoleh dari hasil observasi, catatan wawancara, dokumentasi lapangan, serta informasi biaya yang disampaikan oleh pelaku usaha. Data tersebut dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan kondisi produksi dan pemasaran. Analisis diarahkan pada empat aspek utama, yaitu proses produksi, biaya produksi, pemasaran, dan peluang pengembangan. Hasil analisis kemudian digunakan untuk menyusun rekomendasi penguatan usaha yang bersifat sederhana, praktis, dan dapat diterapkan oleh pelaku usaha rumahan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan	Uraian
Persiapan	Menentukan fokus kegiatan, menyusun panduan observasi, dan menyiapkan instrumen wawancara sederhana.
Observasi	Mengamati proses produksi kulit lumpia dari pengadonan sampai pengemasan.
Wawancara	Menggali informasi profil usaha, harga jual, biaya produksi, tenaga kerja, dan pemasaran.
Diskusi	Membahas permasalahan dan peluang penguatan produksi serta pemasaran.
Evaluasi	Menyusun rekomendasi tindak lanjut yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

Profil dan Potensi Usaha

Kegiatan kunjungan menunjukkan bahwa Home Industry Kulit Lumpia CY memiliki karakteristik usaha rumahan yang kuat. Usaha ini tumbuh dari pengalaman pelaku usaha dalam bidang makanan, terutama dari kebutuhan bahan pendukung untuk produk gorengan. Setelah melihat peluang pasar, pelaku usaha kemudian lebih berfokus pada produksi kulit lumpia. Pengalaman tersebut menjadi modal penting karena pelaku usaha telah memahami kebutuhan konsumen, kualitas produk yang diinginkan, serta cara mempertahankan pelanggan.

Produk utama yang dihasilkan adalah kulit lumpia dengan harga jual sekitar Rp250,00 per lembar atau Rp25.000,00 per 100 lembar. Harga tersebut relatif terjangkau bagi pedagang kecil dan konsumen rumah tangga. Produk kulit lumpia juga bersifat fleksibel karena dapat digunakan untuk berbagai jenis olahan makanan. Fleksibilitas penggunaan ini menjadi salah satu kekuatan utama produk. Namun, kekuatan

produk perlu ditunjang dengan pengelolaan produksi yang konsisten dan pemasaran yang lebih profesional agar usaha dapat berkembang lebih luas.

Penguatan Proses Produksi

Dari aspek produksi, tahapan kerja yang dilakukan pelaku usaha sudah terbentuk dengan baik. Proses dimulai dari pengadonan, pengistirahatan adonan, pencetakan, pendinginan, dan pengemasan. Setiap tahapan memiliki peran penting dalam menjaga kualitas. Pengadonan menentukan tekstur, pengistirahatan membuat adonan lebih siap dicetak, pencetakan menentukan ketebalan dan bentuk, pendinginan menjaga produk tidak lengket, sedangkan pengemasan menentukan kerapian dan daya tarik produk. Dengan demikian, produksi kulit lumpia tidak hanya membutuhkan bahan baku, tetapi juga keterampilan teknis yang konsisten.

Dari aspek biaya, kegiatan ini menemukan bahwa komponen biaya produksi perlu dicatat secara lebih tertib. Biaya bahan baku, tenaga kerja, gas, listrik, air, plastik, dan peralatan harus dipisahkan agar pelaku usaha dapat mengetahui biaya produksi secara lebih akurat. Pencatatan biaya menjadi penting karena harga jual yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan, sedangkan harga jual yang terlalu tinggi dapat memengaruhi daya saing. Oleh karena itu, penguatan pencatatan biaya menjadi salah satu rekomendasi utama dalam kegiatan ini.

Penguatan produksi juga berkaitan dengan standar kualitas. Produk kulit lumpia harus memiliki ketebalan yang relatif seragam, tidak mudah robek, tidak terlalu kering, dan tetap lentur saat digunakan. Standar sederhana dapat dibuat dalam bentuk catatan produksi harian yang memuat jumlah adonan, jumlah lembar yang dihasilkan, jumlah produk rusak, dan jumlah produk terjual. Catatan tersebut dapat membantu pelaku usaha mengevaluasi efisiensi produksi dan menjaga mutu produk dari waktu ke waktu.

Tabel 2. Tahapan Produksi Kulit Lumpia

Tahap Produksi	Uraian
Pengadonan	Tepung, air, garam, minyak, dan bahan pendukung dicampur hingga menjadi adonan homogen.
Pengistirahatan adonan	Adonan didiamkan sekitar satu jam agar tekstur lebih lentur dan siap dicetak.
Pencetakan	Adonan dicetak tipis di atas wajan baja dengan teknik khusus agar ketebalan merata.
Pendinginan	Kulit lumpia yang telah dicetak didinginkan agar tidak lengket dan mudah disusun.
Pengemasan	Produk dikemas sesuai jumlah pesanan dan disiapkan untuk konsumen.

Penguatan Pencatatan Biaya Produksi

Dari aspek biaya, kegiatan ini menemukan bahwa komponen biaya produksi perlu dicatat secara lebih tertib. Biaya bahan baku, tenaga kerja, gas, listrik, air, plastik, dan peralatan harus dipisahkan agar pelaku usaha dapat mengetahui biaya produksi secara lebih akurat. Pencatatan biaya menjadi penting karena harga jual yang terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan, sedangkan harga jual yang terlalu tinggi dapat memengaruhi daya saing. Oleh karena itu, penguatan pencatatan biaya menjadi salah satu rekomendasi utama dalam kegiatan ini.

Tabel 3. Komponen Biaya yang Perlu Dicatat

Komponen Biaya	Uraian
Bahan baku	Tepung terigu, garam, minyak nabati, air, dan bahan pendukung.
Tenaga kerja	Tenaga pencetakan, pengadonan, penyusunan, dan pengemasan produk.
Biaya operasional	Gas elpiji, listrik, PDAM, plastik, perawatan alat, dan kebutuhan produksi lain.
Peralatan	Wajan baja dan peralatan pendukung yang digunakan dalam proses pencetakan.
Pemasaran	Pulsa, internet, promosi media sosial, katalog, label, dan kemasan.

Pencatatan biaya dapat dimulai dari format sederhana yang memuat tanggal produksi, jumlah bahan baku, jumlah produk jadi, biaya tenaga kerja, biaya gas, biaya listrik dan air, serta jumlah produk terjual. Format sederhana tersebut tidak memerlukan kemampuan akuntansi yang rumit, tetapi sangat membantu pelaku usaha dalam mengetahui biaya rata-rata per lembar kulit lumpia. Informasi biaya kemudian dapat digunakan untuk mengevaluasi harga jual dan memperkirakan kebutuhan modal kerja.

Selain membantu penentuan harga, pencatatan biaya juga bermanfaat untuk mengukur efisiensi. Apabila jumlah bahan baku meningkat tetapi jumlah produk jadi menurun, pelaku usaha dapat mengevaluasi kualitas adonan, keterampilan pencetakan, atau tingkat kerusakan produk. Dengan demikian, pencatatan biaya berfungsi sebagai alat pengendalian sederhana yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan harian.

Penguatan Pemasaran dan Identitas Produk

Pada aspek pemasaran, usaha telah menggunakan pemesanan melalui telepon dan promosi melalui Facebook. Cara tersebut sudah membantu pelaku usaha menjangkau konsumen, tetapi masih dapat dikembangkan. Pengembangan pemasaran dapat dilakukan melalui pemberian merek, label, kemasan yang lebih informatif, katalog produk, testimoni pelanggan, dan penggunaan WhatsApp Business. Promosi juga perlu dilakukan secara rutin dengan foto produk yang jelas, informasi harga, jumlah isi, lokasi produksi, dan kontak pemesanan.

Pemberian merek merupakan langkah penting karena produk yang memiliki identitas lebih mudah diingat oleh konsumen. Merek tidak harus rumit, tetapi harus konsisten digunakan pada kemasan, katalog, dan media sosial. Label kemasan dapat memuat nama produk, nama usaha, jumlah isi, nomor kontak, alamat singkat, dan saran penyimpanan. Informasi tersebut membuat produk terlihat lebih tertata dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Bagi usaha rumahan, kemasan sederhana yang rapi dapat menjadi pembeda dengan produk sejenis.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa promosi digital perlu disesuaikan dengan kemampuan pelaku usaha. Tidak semua platform harus digunakan sekaligus. Pelaku usaha dapat memulai dari WhatsApp Business karena aplikasi tersebut dekat dengan pola komunikasi konsumen lokal. Setelah itu, promosi dapat diperluas ke Instagram atau marketplace lokal apabila pelaku usaha telah siap mengelola pesanan. Strategi pemasaran yang bertahap akan lebih realistis dibandingkan perubahan yang terlalu banyak dalam waktu singkat.

Tabel 4. Strategi Penguatan Pemasaran

Strategi	Pelaksanaan	Manfaat
Pemesanan langsung	Konsumen memesan melalui kontak pribadi atau telepon.	Menjaga hubungan pelanggan tetap.
Facebook	Produk dipromosikan melalui media sosial yang telah digunakan pelaku usaha.	Menjangkau konsumen lokal.
WhatsApp Business	Dapat digunakan untuk katalog, daftar harga, dan balasan cepat.	Memudahkan pemesanan berulang.
Kemasan dan merek	Label produk dapat memuat nama usaha, kontak, jumlah isi, dan lokasi.	Meningkatkan identitas produk.

Rekomendasi Tindak Lanjut

Hasil diskusi menunjukkan bahwa pelaku usaha membutuhkan pendampingan lanjutan dalam tiga hal, yaitu pencatatan biaya, desain kemasan, dan promosi digital. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan. Pencatatan biaya membantu menentukan harga jual yang wajar, kemasan membantu meningkatkan nilai produk, dan promosi digital membantu memperluas pasar. Jika ketiganya diperkuat

secara bersama-sama, usaha kulit lumpia berpotensi menjadi lebih tertata dan memiliki daya saing yang lebih baik.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif berupa meningkatnya pemahaman mengenai pentingnya penguatan produksi dan pemasaran. Pelaku usaha memperoleh masukan praktis mengenai perlunya pencatatan biaya, perhitungan harga pokok produksi, penggunaan merek, perbaikan kemasan, serta pemanfaatan media digital. Bagi tim pelaksana, kegiatan ini memberikan pengalaman lapangan mengenai kondisi nyata home industry dan kebutuhan pendampingan yang lebih aplikatif.

Tabel 5. Rekomendasi Pengembangan Usaha

Aspek	Rekomendasi
Produksi	Membuat catatan produksi harian dan standar sederhana kualitas produk.
Biaya	Mencatat bahan baku, tenaga kerja, biaya operasional, dan jumlah produk terjual.
Kemasan	Membuat label produk yang memuat nama usaha, kontak, isi, dan lokasi.
Pemasaran	Mengoptimalkan WhatsApp Business, Facebook, dan promosi katalog produk.
Kemitraan	Menjalin kerja sama dengan pedagang gorengan, katering, toko bahan makanan, dan UMKM kuliner.

Dari keseluruhan proses kegiatan, penguatan produksi dan pemasaran tidak dapat dipisahkan. Produk yang baik membutuhkan mutu yang konsisten, pencatatan biaya yang tertib, kemasan yang layak, serta promosi yang mudah dipahami oleh konsumen. Oleh karena itu, pendampingan kepada home industry sebaiknya dilakukan secara bertahap, dimulai dari hal paling mendasar dan paling dekat dengan kebutuhan pelaku usaha.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Home Industry Kulit Lumpia CY di Kandangan menunjukkan bahwa usaha kulit lumpia memiliki potensi ekonomi yang baik untuk dikembangkan. Potensi tersebut terlihat dari ketersediaan bahan baku, proses produksi yang relatif sederhana, harga jual yang terjangkau, serta permintaan pasar dari rumah tangga dan pelaku usaha kuliner. Meskipun demikian, penguatan masih diperlukan pada aspek pencatatan biaya, standardisasi produksi, pemberian merek, kemasan, dan pemasaran digital.

Penguatan produksi dapat dilakukan melalui pencatatan jumlah bahan baku, jumlah produk yang dihasilkan, biaya tenaga kerja, biaya operasional, serta produk rusak. Penguatan pemasaran dapat dilakukan melalui penggunaan label, katalog, testimoni pelanggan, WhatsApp Business, Facebook, dan kerja sama dengan pedagang kuliner. Kegiatan ini merekomendasikan adanya pendampingan berkelanjutan agar pelaku usaha dapat menghitung harga pokok produksi, menentukan harga jual secara lebih tepat, memperbaiki kemasan, serta memperluas jaringan pemasaran.

Kegiatan lanjutan yang disarankan adalah pelatihan perhitungan harga pokok produksi, pembuatan desain label, penggunaan katalog digital, dan evaluasi pemasaran. Perguruan tinggi dapat berperan sebagai pendamping yang membantu pelaku usaha menerapkan perubahan kecil tetapi konsisten sehingga home industry mampu berkembang secara berkelanjutan.

Reference

- Aji, R. H. S. (2020). Digitalisasi UMKM dalam penguatan pemasaran produk lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 45-53.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah.

- an menengah. Retrieved from <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>
- Mulyadi. (2015). Akuntansi Biaya. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sari, D. P., & Prabowo, H. (2021). Strategi pemasaran digital bagi UMKM makanan dan minuman. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 21-30.
- Sujarweni, V. W. (2015). Akuntansi Biaya: Teori dan Penerapannya. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wibowo, A., & Haryanto, T. (2022). Penguatan pencatatan biaya dan harga pokok produksi pada usaha mikro. *Jurnal Abdimas Ekonomi*, 4(2), 88-96.