

# Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pemasaran melalui Integrasi Teknologi Produksi dan *Digital Marketing* UMKM Kerupuk Kemplang Ummi

Taufik Rahman <sup>1\*</sup>, Dwi Agus Riyanto <sup>2</sup>, Pipiet Mutiara Trisentian <sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara Lampung, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia.

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Elektro, Sekolah Tinggi Teknologi Nusantara Lampung, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia.

*Corresponding Email:* [taufikrahmansutarman@gmail.com](mailto:taufikrahmansutarman@gmail.com) <sup>1\*</sup>

## Histori Artikel:

*Dikirim* 18 Oktober 2025; *Diterima dalam bentuk revisi* 17 November 2025; *Diterima* 5 Februari 2026; *Diterbitkan* 10 Mei 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

## Abstrak

Kerupuk berbahan baku tepung terigu dan olahan ikan menjadi salah satu makanan ringan favorit masyarakat Indonesia. Ibu Ratih Wardani, pemilik UMKM Kerupuk Kemplang Ummi yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto Gang Serasan 1, Kelurahan Bumi Raya, Kecamatan Bumi Waras, Kota Bandar Lampung, menghadapi hambatan signifikan dalam memasarkan produknya. Jangkauan pasar yang sempit menghambat pengembangan usaha. UMKM memiliki peran vital dalam pembangunan ekonomi Indonesia dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Namun, transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak untuk memperluas jangkauan pasar, disertai pengelolaan keuangan yang lebih baik. Program pengabdian masyarakat bertujuan meningkatkan kapasitas produksi dan strategi pemasaran. Modernisasi proses produksi diharapkan dapat mendongkrak perekonomian mitra usaha. Peningkatan pemasaran dilakukan melalui pengembangan website penjualan daring yang menjangkau pasar lokal, nasional, hingga internasional. Pengadaan mesin pengadon dan pemotong adonan berhasil meningkatkan kapasitas produksi sebesar 30% sekaligus membuka peluang diversifikasi produk.

Kata Kunci: Kerupuk Kemplang; Pemasaran Digital; UMKM; Modernisasi Produksi.

## Abstract

Crackers made from wheat flour and processed fish have become a popular snack among Indonesian consumers. Mrs. Ratih Wardani, owner of Ummi Kemplang Crackers MSME located on Jalan Gatot Subroto, Gang Serasan 1, Bumi Raya Village, Bumi Waras District, Bandar Lampung City, encounters significant obstacles in marketing her products. Narrow market reach hinders business expansion. MSMEs play a vital role in Indonesia's economic development by utilizing local resources. However, digital transformation has become an urgent necessity to expand market reach, accompanied by improved financial management. This community service program aims to enhance production capacity and marketing strategies. Production process modernization is expected to boost the economic welfare of business partners. Marketing improvements were achieved through developing an online sales website that reaches local, national, and international markets. The provision of mixing and cutting machines successfully increased production capacity by 30% while opening opportunities for product diversification.

Keyword: Kemplang Crackers; Digital Marketing; MSMEs; Production Modernization.

## 1. Pendahuluan

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan implementasi Tridharma Perguruan Tinggi yang mentransformasikan hasil penelitian menjadi solusi aplikatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Program Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kemdiktisaintek Tahun 2025 dirancang sebagai instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penguatan sektor UMKM melalui skema pemberdayaan terstruktur (Sulaeman, 2020). UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional melalui optimalisasi sumber daya lokal dan penyerapan tenaga kerja (Arifudin *et al.*, 2020). Namun demikian, mayoritas UMKM menghadapi hambatan struktural dalam aspek produksi dan pemasaran yang menghambat pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

UMKM Kerupuk Kempalang Ummi yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto Gang Serasan 1, Kelurahan Bumi Raya, Kecamatan Bumi Waras, Kota Bandar Lampung, menghadapi dua permasalahan fundamental. Pertama, keterbatasan kapasitas produksi akibat ketergantungan pada peralatan manual yang berdampak pada rendahnya efisiensi dan inkonsistensi kualitas produk (Rahmah *et al.*, 2022; Primatami & Primadhita, 2020). Kedua, jangkauan pemasaran yang terbatas pada metode konvensional mengakibatkan penetrasi pasar yang minimal dan pertumbuhan penjualan yang stagnan. Kondisi tersebut menghambat daya saing produk dan kemampuan mitra dalam memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang.

Transformasi digital telah menjadi kebutuhan esensial bagi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar kontemporer (Rohmana, 2023; Wibowo, 2022). Adopsi teknologi digital dalam pemasaran terbukti mampu memperluas jangkauan geografis dari pasar lokal ke tingkat nasional hingga internasional (Nurchaya & Majapahit, 2018; Haryono, 2018). Pemanfaatan platform digital seperti website e-commerce dan media sosial dapat meningkatkan visibilitas produk, mempermudah akses konsumen, dan mengoptimalkan proses transaksi (Nurchaya *et al.*, 2022; Sari & Setiyana, 2020). Paralel dengan digitalisasi pemasaran, modernisasi sistem produksi melalui mekanisasi proses dapat meningkatkan kapasitas, efisiensi, dan standarisasi kualitas produk (Arifudin *et al.*, 2020). Aspek manajemen keuangan yang terkelola dengan baik juga menjadi determinan keberlanjutan operasional UMKM (Magdalena & Yohanson, 2022).

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, program PkM dirancang dengan dua fokus intervensi. Pertama, peningkatan kapasitas produksi melalui pengadaan mesin pengadon dan pemotong adonan otomatis untuk meningkatkan efisiensi dan standarisasi produk. Kedua, pengembangan strategi pemasaran digital melalui pembangunan website e-commerce untuk ekspansi pasar (Airlangga *et al.*, 2020; Septarina *et al.*, 2023). Target capaian program adalah peningkatan kapasitas produksi hingga 30% dengan konsistensi kualitas yang lebih baik serta perluasan akses pasar melalui platform digital (Purwanti & Lupiana, 2023; Mulyana, 2023). Integrasi teknologi produksi dan pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan pendapatan mitra, memperkuat daya saing produk, serta membuka peluang diversifikasi produk sebagai strategi pengembangan usaha jangka panjang.

## 2. Metode

Program PkM ini menggunakan pendekatan *action research* dengan metode partisipatif yang melibatkan UMKM Kerupuk Kempalang Ummi sebagai mitra aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis untuk mengatasi permasalahan produksi dan pemasaran yang dihadapi mitra melalui lima tahapan utama: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program.

## 2.1 Tahapan Pelaksanaan Program

### 2.1.1 Sosialisasi

Tahap sosialisasi merupakan langkah awal untuk membangun pemahaman dan komitmen mitra terhadap program. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

- 1) Pertemuan awal dengan UMKM untuk menjelaskan tujuan program dan manfaatnya, termasuk bagaimana program akan membantu mengatasi masalah akses terhadap peralatan produksi.
- 2) Diskusi pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan popularitas produk.

### 2.1.2 Pelatihan

Tahap pelatihan dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas mitra melalui serangkaian workshop. Materi pelatihan mencakup:

- 1) Strategi pemasaran digital dan penggunaan media sosial untuk promosi produk.
- 2) Pemilihan, penggunaan, dan pemeliharaan peralatan produksi yang efisien.
- 3) Manajemen keuangan sederhana untuk keberlanjutan operasional usaha.

### 2.1.3 Penerapan Teknologi

Setelah mendapatkan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan, mitra akan didorong untuk menerapkan teknologi atau metode baru yang telah dipelajari dalam operasional usaha mereka. Implementasi teknologi meliputi:

- 1) Pendampingan UMKM dalam memilih dan menggunakan peralatan produksi yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka.
- 2) Pendampingan UMKM dalam pembuatan dan manajemen toko online atau profil bisnis.
- 3) Membantu UMKM dalam mengelola kampanye pemasaran digital dan menganalisis kinerjanya.

### 2.1.4 Pendampingan dan Evaluasi

Program akan menyediakan pendampingan kontinu kepada mitra untuk membantu mereka mengatasi tantangan atau hambatan yang muncul selama pelaksanaan program. Evaluasi juga akan dilakukan secara berkala untuk mengukur kemajuan dan efektivitas program. Aktivitas yang dilakukan meliputi:

- 1) Memberikan dukungan teknis secara berkala untuk memastikan kelancaran implementasi teknologi dan strategi baru.
- 2) Melakukan evaluasi rutin terhadap efisiensi penggunaan peralatan produksi.
- 3) Bimbingan reguler dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan menyesuaikan dengan perubahan tren pasar.
- 4) Evaluasi terhadap hasil dari upaya pemasaran yang dilakukan, seperti peningkatan trafik website dan penjualan produk.

### 2.1.5 Keberlanjutan Program

Setelah program selesai, langkah selanjutnya adalah memastikan keberlanjutan dari upaya-upaya yang telah dilakukan. Keberlanjutan ini melibatkan penguatan kapasitas mitra dan kerjasama antar mitra. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

- 1) Mengorganisir hasil dari pembelajaran untuk mengevaluasi pengalaman dalam mengatasi masalah peralatan produksi.
- 2) Mendorong UMKM untuk terus memperbarui dan meningkatkan keterampilan pemasaran mereka melalui pelatihan lanjutan dan belajar mandiri.
- 3) Mengorganisir pertemuan berkala untuk berbagi pengalaman dan strategi pemasaran antar UMKM yang terlibat.

## 2.2 Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan dilakukan secara terarah untuk memastikan dampak yang berkelanjutan dari program. Komponen evaluasi meliputi:

- 1) Pendekatan Evaluasi  
Tim pelaksana akan menggunakan metode evaluasi yang komprehensif, termasuk survei, wawancara, dan analisis data untuk menilai pelaksanaan program dari berbagai sudut pandang.
- 2) Pencapaian Tujuan  
Evaluasi akan fokus pada pencapaian tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya. Ini meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra, implementasi solusi yang ditawarkan, dan dampaknya terhadap usaha mitra.
- 3) Umpan Balik Mitra  
Pendapat dan pengalaman mitra akan dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner. Ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang keberhasilan program dan area yang memerlukan perbaikan.
- 4) Evaluasi Teknis  
Tim pelaksana akan melakukan evaluasi teknis terhadap teknologi dan praktik baru dalam usaha mitra. Ini termasuk efisiensi penggunaan peralatan, kualitas produk, dan kemajuan operasional.

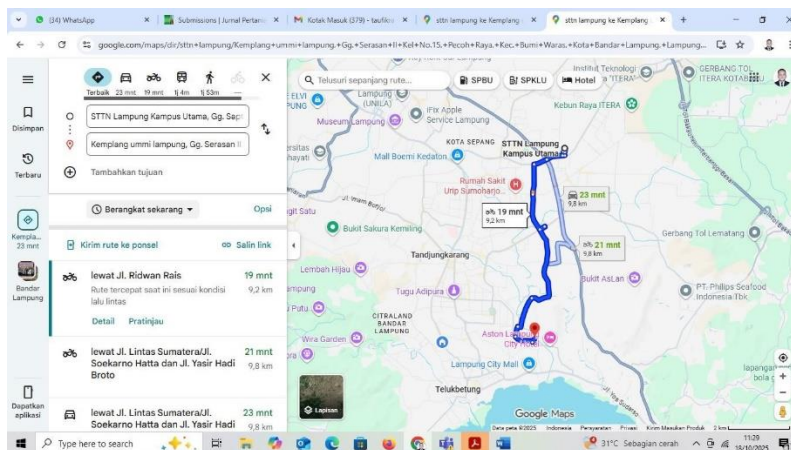
**2.3 Keberlanjutan Program**

Strategi keberlanjutan program dirancang untuk memastikan dampak jangka panjang melalui:

- 1) Monitoring Langsung  
Tim pelaksana akan melakukan pemantauan langsung terhadap usaha mitra setelah program selesai untuk memastikan kelangsungan implementasi solusi yang diajarkan.
- 2) Pemberdayaan Mitra  
Program akan mengutamakan pemberdayaan mitra untuk melanjutkan praktik baru dan pengembangan usaha. Ini dapat dilakukan melalui penyediaan sumber daya tambahan atau pelatihan lanjutan.
- 3) Jaringan dan Kerjasama  
Mendorong mitra untuk membangun jaringan dan kerjasama dengan sesama mitra dan pihak lain yang terlibat dalam ekosistem bisnis mereka untuk mendukung keberlanjutan program.
- 4) Evaluasi Periode Berkelanjutan  
Program akan mengatur evaluasi berkala untuk memantau kemajuan dan dampak jangka panjang dari program. Ini akan membantu dalam mengidentifikasi perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan keberlanjutan.

**2.4 Lokasi dan Jadwal Pelaksanaan**

Program PkM dilaksanakan di UMKM Kerupuk Kempalang Ummi yang beralamat di Jalan Gatot Subroto Gang Serasan 1, Kelurahan Bumi Raya, Kecamatan Bumi Waras, Kota Bandar Lampung. Lokasi kegiatan ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta Lokasi Kegiatan

Jadwal pelaksanaan program dirancang secara sistematis selama 8 bulan dengan rincian aktivitas sebagaimana tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

No	Nama Kegiatan	Bulan							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Persiapan Pelaksanaan Kegiatan	✓							
2	Survei Awal dan Sosialisasi Kegiatan	✓	✓						
3	Analisis Data Awal			✓	✓				
4	Pelaksanaan Kegiatan				✓	✓			
5	Evaluasi Kegiatan dan Laporan Tengah					✓	✓		
6	Pelaksanaan Promosi, Pemasaran Online, dan Monitoring						✓	✓	
7	Rekomendasi Perbaikan dan Evaluasi Dampak Kegiatan							✓	✓
8	Laporan Akhir								✓

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di UMKM Kerupuk Kemplang Ummi, Kelurahan Bumi Raya, Kecamatan Bumi Waras, Kota Bandar Lampung telah berlangsung dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Pelaksanaan kegiatan menghasilkan dampak positif yang terukur bagi mitra dalam aspek peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan sikap terhadap teknologi produksi dan pemasaran digital. Berdasarkan survei awal dan diskusi dengan mitra, teridentifikasi tiga permasalahan prioritas yang menghambat perkembangan usaha. Pertama, aspek produksi mengalami keterbatasan peralatan dan pengetahuan tentang teknik produksi modern yang menyebabkan proses produksi manual tidak efisien. Kurangnya pemahaman tentang praktik manufaktur yang higienis dan terstandar berdampak pada inkonsistensi kualitas produk (Primatami & Primadhita, 2020). Kedua, aspek manajemen usaha belum memiliki rencana bisnis yang jelas dan terukur. Minimnya pengetahuan tentang manajemen keuangan yang baik menghambat pengembangan usaha secara berkelanjutan (Magdalena & Yohanson, 2022). Ketiga, aspek pemasaran mengalami keterbatasan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital dan promosi *online*. Kurangnya akses terhadap pasar dan jaringan distribusi yang lebih luas membatasi pertumbuhan penjualan (Rahmah *et al.*, 2022; Sari & Setiyana, 2020).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, program PkM menerapkan solusi terintegrasi yang terbagi menjadi *hard technology* dan *soft technology*. Pada aspek *hard technology*, dikembangkan *website e-commerce* yang responsif dan menarik dengan fitur profil bisnis lengkap untuk mempromosikan produk serta melakukan transaksi *online* (Airlangga *et al.*, 2020; Septarina *et al.*, 2023). Platform digital tersebut menjadi wadah untuk memperkenalkan produk kepada calon pelanggan yang lebih luas serta meningkatkan visibilitas dan akses pasar secara aman dan terpercaya (Haryono, 2018; Mulyana, 2023). Selain pengembangan platform digital, pengadaan mesin pengadon otomatis digunakan untuk menghasilkan adonan yang merata, berkualitas, dan higienis dengan mengurangi ketergantungan pada tenaga manual serta meningkatkan konsistensi kualitas produk (Arifudin *et al.*, 2020). Mesin pemotong adonan otomatis juga diterapkan untuk menghasilkan bentuk kerupuk yang seragam, berkualitas, dan higienis. Standardisasi ukuran produk meningkatkan daya tarik visual dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk (Hutagalung *et al.*, 2023).

Pada aspek *soft technology*, dilaksanakan pelatihan strategi pemasaran digital dan penggunaan media sosial untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola konten pemasaran secara mandiri (Nurchahya *et al.*, 2022; Putri *et al.*, 2023). Materi pelatihan mencakup teknik fotografi produk, pengelolaan konten media sosial, dan analisis performa kampanye digital (Purwanti &

Lupiana, 2023). Pelatihan tentang pemilihan, pengoperasian, dan pemeliharaan peralatan produksi yang efisien juga diberikan untuk memastikan keberlanjutan penggunaan teknologi yang diterapkan (Wijoyo *et al.*, 2021). Pelatihan pencatatan keuangan sederhana secara manual dan digital diberikan untuk meningkatkan literasi keuangan mitra dalam mengelola arus kas dan perencanaan bisnis (Magdalena & Yohanson, 2022). Implementasi program PkM menghasilkan beberapa capaian signifikan, yaitu peningkatan kapasitas produksi hingga 30% dengan kualitas produk yang lebih konsisten dan higienis, perluasan jangkauan pasar dari tingkat lokal ke regional melalui *website e-commerce*, peningkatan keterampilan digital mitra dalam mengelola konten media sosial dan *website* secara mandiri, serta membuka peluang diversifikasi produk dengan pengembangan varian produk baru.



(a) Foto Bersama dengan Mitra



(b) Penyerahan Alat



(c) Diskusi dengan UMKM

Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan.

### 3.2 Pembahasan

UMKM Kerupuk Kemplang Ummi menghadapi tiga tantangan utama yang saling berkaitan: keterbatasan pemasaran, kapasitas produksi yang rendah, dan literasi digital yang minim. Proses produksi manual menghambat kemampuan untuk memenuhi permintaan konsumen yang meningkat (Primatami & Primadhita, 2020; Wibowo, 2022). Identifikasi masalah menjadi dasar dalam merancang intervensi yang tepat dan terukur (Rohmana, 2023). Keterbatasan akses terhadap teknologi produksi modern dan platform pemasaran digital merupakan hambatan struktural yang umum dihadapi UMKM di Indonesia (Hasan *et al.*, 2022). Kondisi tersebut diperparah oleh minimnya pengetahuan tentang manajemen usaha yang baik, sehingga menghambat pertumbuhan

bisnis secara berkelanjutan (Sulaeman, 2020). Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk dapat bersaing di era ekonomi digital yang menuntut adaptasi cepat terhadap perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar (Rohmana, 2023; Wibowo, 2022).

Implementasi *hard technology* melalui pembuatan *website e-commerce* yang responsif dan menarik mencakup profil bisnis lengkap serta platform untuk mempromosikan produk dan melakukan transaksi *online* (Airlangga *et al.*, 2020; Septarina *et al.*, 2023). Platform digital tersebut menjadi wadah untuk memperkenalkan mitra kepada calon pelanggan serta meningkatkan visibilitas dan akses pasar yang aman dan terpercaya (Haryono, 2018; Mulyana, 2023). Hasil implementasi menunjukkan peningkatan daya tarik konsumen yang tercermin dari meningkatnya kunjungan ke UMKM Kerupuk Kemplang Ummi serta bertambahnya permintaan informasi produk melalui platform digital (Nurchaya & Majapahit, 2018; Mardiani *et al.*, 2023). Digitalisasi pemasaran memungkinkan mitra untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa dibatasi oleh jarak geografis, sehingga membuka peluang ekspansi pasar dari tingkat lokal ke regional bahkan nasional (Rohmana, 2023; Purwanti & Lupiana, 2023).

Pengadaan mesin pengadon dan pemotong adonan otomatis menghasilkan dampak signifikan terhadap efisiensi produksi dengan menghasilkan adonan yang merata, berkualitas, dan higienis. Mesin pemotong menghasilkan bentuk kerupuk yang seragam dan terstandar (Arifudin *et al.*, 2020; Hutagalung *et al.*, 2023). Dengan adanya peralatan modern, kapasitas produksi meningkat hingga 30%, mengurangi waktu produksi, dan meningkatkan konsistensi kualitas produk (Primatami & Primadhita, 2020). Peningkatan kapasitas produksi juga mendorong diversifikasi produk dengan pengembangan varian rasa dan kemasan baru yang lebih menarik serta membuka peluang untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih besar (Wijoyo *et al.*, 2021). Standardisasi proses produksi melalui mekanisasi membantu mitra dalam mempertahankan kualitas produk secara konsisten, yang menjadi faktor krusial dalam membangun kepercayaan konsumen dan loyalitas merek.

Implementasi *soft technology* melalui pelatihan strategi pemasaran digital dan penggunaan media sosial memungkinkan mitra untuk mengelola konten pemasaran secara mandiri (Nurchaya *et al.*, 2022; Sari & Setiyana, 2020). Materi pelatihan mencakup teknik fotografi produk yang menarik, pengelolaan konten media sosial yang konsisten, serta analisis performa kampanye digital untuk optimalisasi strategi pemasaran (Putri *et al.*, 2023; Purwanti & Lupiana, 2023). Peningkatan keterampilan digital mitra berdampak pada kemampuan untuk merespons tren pasar secara cepat dan mengadaptasi strategi promosi sesuai dengan kebutuhan konsumen (Hasan *et al.*, 2022). Pelatihan tentang pemilihan, pengoperasian, dan pemeliharaan peralatan produksi yang efisien memastikan keberlanjutan penggunaan teknologi yang telah diterapkan (Wijoyo *et al.*, 2021; Hutagalung *et al.*, 2023). Pemahaman yang baik tentang perawatan peralatan memperpanjang usia pakai mesin dan mengurangi biaya operasional jangka panjang.

Pelatihan pencatatan keuangan sederhana secara manual dan digital meningkatkan literasi keuangan mitra dalam mengelola arus kas, perencanaan bisnis, dan pengambilan keputusan strategis (Magdalena & Yohanson, 2022). Pengelolaan keuangan yang baik menjadi fondasi keberlanjutan usaha dan pengembangan bisnis jangka panjang, sehingga mitra dapat merencanakan investasi dan ekspansi usaha secara lebih terukur. Kemampuan mitra dalam membaca laporan keuangan sederhana membantu dalam mengidentifikasi peluang pengembangan usaha dan mengantisipasi risiko finansial yang mungkin terjadi.

Integrasi *hard technology* dan *soft technology* menghasilkan sinergi yang memperkuat daya saing UMKM Kerupuk Kemplang Ummi. Peningkatan kapasitas produksi yang diimbangi dengan perluasan akses pasar melalui platform digital menciptakan peluang pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Rohmana, 2023; Wibowo, 2022). Keberlanjutan program dijamin melalui pemberdayaan mitra dengan keterampilan dan pengetahuan yang memadai untuk mengelola teknologi dan strategi pemasaran secara mandiri (Sulaeman, 2020; Mardiani *et al.*, 2023). Pembentukan jaringan kolaborasi dengan sesama pelaku UMKM juga membuka peluang untuk berbagi pengalaman dan strategi pengembangan usaha (Hasan *et al.*, 2022). Evaluasi berkala terhadap implementasi program menunjukkan bahwa mitra mampu mengadopsi teknologi baru dengan baik dan menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek produksi, pemasaran, dan

manajemen usaha. Dampak jangka panjang dari program diharapkan dapat menjadi model replikasi bagi UMKM sejenis dalam meningkatkan daya saing melalui adopsi teknologi dan digitalisasi pemasaran.

#### 4. Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pada UMKM Kerupuk Kemplang Ummi di Kelurahan Bumi Raya, Kota Bandar Lampung telah berhasil mencapai berbagai luaran dalam meningkatkan kapasitas usaha, memperkenalkan teknologi, dan mengembangkan keterampilan mitra. Program PkM terbukti efektif mengatasi tantangan utama yang dihadapi mitra, khususnya permasalahan pemasaran, kapasitas produksi, dan literasi digital (Mardiani *et al.*, 2023). Implementasi solusi terintegrasi melalui *hard technology* dan *soft technology* menghasilkan peningkatan efisiensi produksi sebesar 30%, yang berdampak langsung pada peningkatan kapasitas produksi dan konsistensi kualitas produk.

Pengembangan *website e-commerce* dan penggunaan peralatan produksi modern telah terbukti meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk, dan daya saing usaha di pasar regional. Platform digital memungkinkan mitra untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis, sementara mekanisasi proses produksi menghasilkan produk yang lebih terstandar dan higienis. Pelatihan pemasaran digital, manajemen keuangan, dan pengoperasian peralatan modern meningkatkan kapasitas mitra dalam mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Dampak sosial ekonomi dari kegiatan PkM terlihat dari penciptaan lapangan kerja baru yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar (Mulyana, 2023).

Keberlanjutan program memerlukan perhatian khusus pada aspek pemeliharaan *website* dan peralatan produksi untuk memastikan keberlangsungan manfaat jangka panjang. Pendampingan berkelanjutan dan evaluasi periodik perlu dilakukan untuk memastikan mitra dapat mengadopsi teknologi secara optimal dan mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif terhadap dinamika pasar. Program PkM diharapkan dapat menjadi model replikasi bagi UMKM sejenis dalam upaya peningkatan daya saing melalui adopsi teknologi dan digitalisasi pemasaran.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pembiayaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat Ruang Lingkup Pemberdayaan Masyarakat Pemula Tahun 2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UMKM Kerupuk Kemplang Ummi sebagai mitra yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

#### 6. Daftar Pustaka

- Airlangga, P., Harianto, H., & Hammami, A. (2020). Pembuatan dan pelatihan pengoperasian website desa agrowisata Gondangmanis. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 9–12. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v1i1.1046>
- Arifudin, O., Wahrudin, U., Rusmana, F. D., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan UMKM dalam meningkatkan hasil produksi dan hasil penjualan opak makanan khas Jawa Barat. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 4(2), 313–322. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10560>

- Haryono, S. (2018). Pengaruh penggunaan website terhadap penjualan produk pengusaha UMKM pada asosiasi industri kreatif Depok. *Sosio e-Kons*, 10(1), 39–46. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2324>
- Hasan, H., Fahdal, M. A., Hasanuddin, U., & Selatan, S. (2022). Pemberdayaan masyarakat UMKM Sulawesi dalam implementasi digitalisasi UMKM. *Journal of Community Development*, 3, 43–50.
- Hutagalung, D., Novitasari, D., Simorangkir, Y. N., Waruwu, H., Widodo, A., Ika, A., & Purwanto, A. (2023). Penyuluhan implementasi konsep *support and operation* pada karyawan UMKM di Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement*, 3(3), 20–28. <https://doi.org/10.9999/jocosae.v3i3.174>
- Kuntardina, A., Septiana, W., & Putri, Q. W. (2022). Pembuatan cocopeat sebagai media tanam dalam upaya peningkatan nilai sabut kelapa. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 145–154.
- Magdalena, B., & Yohanson, A. K. (2022). Pelatihan pencatatan laporan keuangan secara manual dan digital kepada pemilik UMKM Omah Tahu. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(10), 2785–2792.
- Mardiani, E., Rahmansyah, N., Ningsih, S., Handayani, E. T. E., & Hidayatullah, D. (2023). PKM meningkatkan penjualan UMKM bagi pelaku bisnis usia lanjut melalui inovasi e-commerce disaat pandemi Covid-19. *Swadimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 50–55. <https://doi.org/10.56486/swadimas.vol1no01.286>
- Mulyana, A. (2023). Digitalisasi sistem pengelolaan UMKM berbasis web. *ABDIMA: Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 3671–3682.
- Nurchahya, E. D., Prameswari, C. R., Munir, M. S., & Intyanto, G. W. (2022). Pelatihan foto produk UMKM Kabupaten Pacitan sebagai upaya peningkatan kualitas promosi di media sosial. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 79–86. <https://doi.org/10.24269/adi.v6i1.4474>
- Nurchahya, H., & Majapahit, S. A. (2018). Kajian penerapan teknologi informasi pada UMKM sebagai upaya memperluas pasar produk lokal. *Konferensi Nasional Sistem Informasi (KNSI) 2018*.
- Primatami, A., & Primadhita, Y. (2020). Efisiensi UMKM makanan dengan pendekatan *data envelopment analysis*. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 1–14.
- Purwanti, A. E., & Lupiana, F. (2023). Peran sistem informasi pemasaran dalam mengelola proses pemasaran melalui digital marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 88–102. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v2i2.607>
- Putri, A. S., Muqtafin, M., Marsudi, M., Sari, A. K., Simanjuntak, E. K., Sahputri, H. I., Nasution, M. I., Ramadhan, F., & Wijaya, R. (2023). Implementasi *Facebook Marketplace* untuk produk UMKM rengginang Ibu Supartin sebagai upaya peningkatan penjualan secara online. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4162–4165.

- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi peningkatan pemasaran melalui media sosial terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 141–152.
- Rohmana, D. W. (2023, August). Peranan ekonomi digital dalam peningkatan pertumbuhan UMKM: Peluang dan tantangan. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)* (Vol. 1, No. 1, pp. 42-48).
- Sari, C. D. M., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi *digital marketing* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63–73.
- Septarina, L., Hakim, L., Febriani, O. M., & Azim, F. (2023). Pelatihan pembuatan website untuk pemasaran produk UMKM Desa Ceringin Asri. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 150-153. <https://doi.org/10.32877/nr.v2i2.747>.
- Sulaeman, M. M. (2020). Sosialisasi kewirausahaan dalam upaya peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 16–22.
- Wibowo, A. (2022). *Transformasi ekonomi digital*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wijoyo, H., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2021). *Strategi pemasaran UMKM di masa pandemi*. Insan Cendekia Mandiri.