



STRATEGI PEMASARAN MENGOPTIMALKAN TEKNOLOGI UNTUK MENINGKATKAN KEBERHASILAN USAHA MELALUI INOVASI PRODUK PADA LEMANG AJO TEBING TINGGI

Rumiris Siahaan¹, Rakhmawati Purba^{2*}, Rizki Wulanita Batubara³, Adinda Aulia Akbari⁴, Eka Rizki⁵, Pinka Utami⁶, Sarah Aprila⁷, Widy Afriandi⁸, Shofyan Roni⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Prodi Manajemen, STIE Bina Karya Tebing Tinggi, Indonesia

⁹Fak Ekonomi dan Bisnis, Universitas Potensi, Indonesia

*²Corresponding author, ✉ rakhma.purba@gmail.com

Revisi 23 Juni 2025
Diterima 26 Juni 2025
Publish 27 Juni 2025

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Teknologi, Inovasi Produk

Abstrak

UMKM makanan memiliki potensi yang besar dalam perekonomian Indonesia, terutama karena makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Tebing Tinggi dikenal dengan julukan "Kota Lemang" karena kelezatan lemang khasnya sangat terkenal dan menjadi buah tangan para wisatawan. "Lemang Ajo" salah satu UMKM makanan yang berusaha tetap eksis dalam menghadapi tantangan dunia usaha dalam strategi produksi, pemasaran, dan inovasi untuk menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan daya saing usaha secara berkelanjutan. Program Pengabdian ini dilaksanakan beberapa tahap, dari survei lapangan, diskusi team untuk memecahkan masalahnya dan melakukan penyuluhan serta bimbingan dalam memecahkan permasalahan diikuti tindak lanjut pendampingan.

Strategi Pemasaran dan Produksi yang adaptif dan inovatif dapat meningkatkan penjualan. Lemang Ajo memperkuat branding, menawarkan produk dengan kualitas premium, dan memanfaatkan teknologi produksi yang efisien. Kerjasama dengan toko oleh-oleh atau warung lokal dapat memperluas jaringan distribusi. Dengan strategi adaptif dan inovasi yang tepat, Lemang Ajo diharapkan dapat menghadapi tantangan eksternal dan mempertahankan keberhasilannya sebagai salah satu pelaku UMKM unggulan di Tebing Tinggi.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author (s)

PENDAHULUAN

UMKM merupakan usaha produktif dimiliki oleh perorangan dengan kriteria tertentu. Ciri tersebut meliputi jumlah aset dan hasil penjualan tahunan, yang berbeda untuk usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM makanan adalah bisnis yang bergerak di bidang kuliner, meliputi berbagai jenis usaha seperti warung, kue, snake ringan, katering, dan berbagai macam olahan menu lainnya. UMKM makanan memiliki potensi yang besar dalam perekonomian Indonesia (Siahaan et al., 2024).

Kota Tebing Tinggi, yang terletak di Sumatera Utara, dikenal dengan julukan "Kota Lemang" karena kelezatan lemang khasnya. Lemang di Tebing Tinggi sangat terkenal dan menjadi ikon bagi para wisatawan yang berkunjung sebagai buah tangan (Nopita et al., 2021) Lemang Ajo merupakan salah satu usaha kuliner khas di Tebing Tinggi yang dikenal dengan produk unggulannya, lemang merupakan makanan tradisional berbahan dasar beras ketan dan santan, dimasak dengan bambu. Keberhasilan usaha ini bergantung pada kualitas produknya dan strategi produksi, pemasaran, inovasi yang dijalankan pemilik usaha (Jhonson et al., 2024).

Di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, Lemang Ajo perlu mempertahankan eksistensinya dengan mengoptimalkan berbagai aspek strategis. Strategi produksi yang efisien memastikan konsistensi kualitas produk dan mampu memenuhi permintaan pasar. Sementara itu, strategi pemasaran yang kreatif dan relevan dengan perkembangan teknologi, seperti pemasaran digital melalui media sosial, dapat meningkatkan daya saing usaha ini. (Esis Melisa et al., 2023)

Pengertian inovasi menurut (Kotler & Lane, 2016), adalah produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang. Produk atau jasa baru dapat dipersepsikan oleh konsumen sebagai inovasi. (Fajrina & Yamit, 2022), Tidak kalah penting, inovasi produk menjadi kunci untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Misalnya, dengan menghadirkan varian rasa lemang atau kemasan yang lebih modern dan praktis. Ketiga aspek ini saling berkaitan dan berkontribusi langsung terhadap keberhasilan usaha Lemang Ajo, terutama dalam mempertahankan posisinya sebagai salah satu ikon kuliner di Tebing Tinggi.

Kondisi UMKM Lemang Ajo dalam menghadapi persaingan saat ini dimana daya beli masyarakat mulai menurun setelah adanya jalan tol 'Kutepat' yang menghubungkan Tebing Tinggi dengan Pelabuhan Kuala Tanjung dan Prapat. Hal ini mengakibatkan daya beli wisatawan yang biasa singgah ke Tebing Tinggi berkurang drastis sejak beroperasinya tol tersebut. UMKM Lemang hanya mengandalkan pembelian masyarakat sekitar saja dan berusaha membuka outlet di rest area dengan biaya mahal. Disamping itu ketahanan produk yang singkat hanya beberapa hari saja sehingga sulit untuk memproduksi lemang dalam jumlah banyak karena dikawatirkan menjadi BS / terbuang.

Persaingan sesama UMKM sejenis juga terjadi dimana masing-masing berusaha membuat keunikan produk dengan harga dan ukuran produk yang bervariasi. Kendala lainnya juga turut memdominasi pasar bahan baku lemang yang terkadang harganya naik tiba-tiba (berfluktuasi) dan sulit mendapatkannya. Seperti beras pulut, kelapa dan gula yang kadang menghilang dari pasaran. Situasi dan kondisi ini menyebabkan proses produksi tak stabil dan penjualan juga terimbas disertai pendapatan UMKM yang tak menentu. Disamping itu UMKM ini masih memakai komunikasi pemasaran bersifat tradisional dengan jangkauan konsumen sekitar saja.

Studi di UMKM Lemang Ajo ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana strategi produksi, pemasaran, dan inovasi produk dapat memengaruhi keberhasilan usaha Lemang Ajo Tebing Tinggi. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan dapat ditemukan strategi yang lebih efektif untuk menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan daya saing usaha ini secara berkelanjutan (Nur et al., 2018). Kegiatan pengabdian berusaha memecahkan persoalan yang dihadapi dengan memberikan beberapa pencerahan dan bimbingan. Pemberian masukan dilakukan secara bertahap dimulai dari persediaan bahan baku, proses dan inovasi produk serta bagaimana memasarkan produk secara holistik. Tren adopsi teknologi digital dalam sektor UMKM semakin meningkat, terutama di era digitalisasi saat ini. penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM (Aryani et al., 2023). Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk

menjangkau pasar yang lebih luas, mempermudah proses pemasaran, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Bentuk Kegiatan bidang pengabdian kepada masyarakat meliputi:

1. Aktivitas pendidikan untuk masyarakat bertujuan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia melalui pembelajaran tidak resmi. Bentuk kegiatannya meliputi: pendidikan keluarga, pelatihan, kursus, lokakarya, penyuluhan, latihan, bimbingan kerja/teknis, proyek percontohan, serta kelompok belajar.
2. Pelayanan Masyarakat. Adalah pemberian layanan oleh Sivitas Akademika secara profesional kepada masyarakat yang memerlukan. Pelayanan diberikan berbentuk : perencanaan, studi kelayakan, bimbingan dan penyuluhan. Dalam arti luas, pelayanan manajemen, bantuan dan konsultasi bidang ekamoni, UMKM.
3. Pelaksanaan Temuan Penelitian. Terdiri dari: implementasi teknologi yang sesuai, penggunaan hasil penelitian, penerapan berbagai disiplin ilmu terapan dan lain-lain.
4. Tindak Kaji Merupakan sebuah bentuk dedikasi kepada masyarakat melalui pelaksanaan tindakan yang dapat menyelesaikan isu-isu yang dihadapi oleh masyarakat. Sasaran dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan metode baru serta menyelesaikan persoalan dengan penerapan langsung gagasan dan ide yang relevan di masyarakat atau dalam dunia bisnis (Purba et al., 2020).

Dalam merealisasikan kegiatan ini dilaksanakan dari tahap persiapan sampai pelaksanaan program, yang meliputi :

- a. Melaksanakan penelitian lapangan. Penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang penting dengan cara wawancara dan pengamatan di lokasi. Aktivitas ini diawali dengan menjalin komunikasi dengan pihak UMKM Lemang Ajo.
- b. Studi pustaka yang terkait dengan permasalahan dan cara mengatasinya secara teoritis dalam aspek pengelolaan bisnis, pemasaran, dan kualitas produk yang dihasilkan. Aktivitas ini diawali dengan mengumpulkan bahan bacaan dari jurnal maupun buku yang relevan dengan tema layanan masyarakat.(Pratama et al., 2024)
- c. Melaksanakan pembicaraan antar anggota tim pengabdian. Sesudah melakukan pengamatan di lapangan dan menetapkan topik, serta mempersiapkan anggota tim yang akan menyampaikan materi dalam kegiatan pengabdian masyarakat.
- d. Merancang jadwal untuk kegiatan pengabdian. Mengadakan rapat dengan anggota tim, menetapkan hari pelaksanaan pengabdian, dan memberitahukan pihak UMKM.
- f. Menjalankan pengabdian sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
- g. Tindak lanjut. Setelah itu, membantu dalam penerapan solusi dan juga menilai hasilnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pentingnya Bahan Baku dalam Pembuatan Lemang

Lemang adalah makanan tradisional yang terdiri dari beras ketan, santan, dan bambu sebagai wadah. Keberhasilan pembuatan lemang sangat bergantung pada kualitas bahan baku yang digunakan. Berikut adalah bahan utama yang biasa digunakan:

1. Beras Ketan: Merupakan bahan utama dalam pembuatan lemang. Kualitas beras ketan sangat memengaruhi tekstur dan rasa lemang.

2. Santan: Memberikan rasa gurih dan aroma yang khas. Santan berkualitas tinggi diperlukan untuk menghasilkan lemag yang lezat.
3. Bambu: Digunakan sebagai wadah untuk memasak. Bambu yang segar akan memberikan aroma yang lebih baik pada lemag.

B. Dampak Dan Penyebab Kenaikan Bahan Baku

Ada beberapa dampak dan penyebab dari kenaikan bahan baku pembuatan lemag,:

1. Penyebab Kenaikan Harga Bahan Baku

Beberapa faktor yang mempengaruhi kenaikan harga bahan baku dalam pembuatan lemag antara lain:

- a. Permintaan Musiman. Pada saat-saat tertentu, seperti selama perayaan hari raya, permintaan akan lemag meningkat pesat. Ini mengakibatkan bahan baku menjadi lebih mahal karena banyaknya pembeli.
- b. Fluktuasi Pasokan. Cuaca yang tidak menentu dapat mempengaruhi hasil panen. Misalnya, fenomena El Niño atau La Niña dapat berdampak signifikan pada produksi beras ketan.
- c. Biaya Transportasi dan Distribusi: Kenaikan harga bahan baku sering kali dipicu oleh meningkatnya biaya transportasi, baik akibat bahan bakar yang naik atau masalah logistik lainnya.
- d. Inflasi. Secara umum, inflasi yang terjadi di suatu negara dapat menyebabkan kenaikan harga barang, termasuk bahan baku makanan.
- e. Regulasi Pemerintah. Kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, seperti pajak atau larangan ekspor-impor, juga dapat mempengaruhi harga bahan baku.

2. Dampak Kenaikan Harga Bahan Baku

Kenaikan harga bahan baku dapat membawa beberapa dampak bagi produksi dan penjualan lemag:

- a. Peningkatan Biaya Produksi. Kenaikan harga bahan baku langsung berdampak pada total biaya produksi. Hal ini bisa membuat pengusaha terpaksa menaikkan harga jual lemag, yang dapat mengurangi minat pembeli.
- b. Penurunan Margin Keuntungan. Jika pengusaha tidak dapat menaikkan harga jual untuk mengimbangi biaya bahan baku, margin keuntungan akan berkurang. Ini dapat mempengaruhi kelangsungan usaha, terutama untuk usaha kecil.
- c. Kualitas Produk. Dalam upaya untuk menekan biaya, mungkin ada kecenderungan untuk menggunakan bahan baku yang lebih murah atau kurang berkualitas. Ini dapat menurunkan kualitas lemag dan berpotensi merusak reputasi produk di pasar.
- d. Inovasi dan Diversifikasi Produk. Kenaikan cost produksi dapat memaksa pengusaha untuk mencari alternatif pemasok atau bahan baku lain, serta berinovasi dengan produk baru untuk menarik minat konsumen.

C. Strategi Mengatasi Kenaikan Harga Bahan Baku

Beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi kenaikan bahan baku, diantaranya:

- a. Mencari Sumber Alternatif. Pengusaha dapat mencari sumber bahan baku yang lebih terjangkau atau bernegosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik. Kerjasama langsung dengan petani lokal bisa menjadi solusi jangka panjang.

-
- b. Meningkatkan Efisiensi Produksi. Mengoptimalkan proses produksi dengan cara mengurangi limbah dan meningkatkan produktivitas dapat membantu menekan biaya.
 - c. Diversifikasi Produk. Memperkenalkan variasi baru lemang atau produk lain yang menggunakan kombinasi bahan baku yang lebih ekonomis dapat memberikan pilihan kepada konsumen dan mendiversifikasikan risiko.
 - d. Penggunaan Teknologi. Penerapan teknologi dalam proses produksi dapat mengurangi ketergantungan pada bahan baku tertentu dan membantu meningkatkan efisiensi.
 - e. Memperkuat Branding. Membangun merek yang kuat dan menawarkan nilai lebih (seperti organik atau berkualitas tinggi) kepada konsumen dapat membantu mempertahankan harga jual meskipun biaya bahan baku meningkat.

D. Dampak Pembangunan Jalan Tol Terhadap Volume Penjualan Usaha Lemang

Jalan tol adalah jalan umum yang merupakan bagian sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaannya diwajibkan membayar tol. Jalan tol termasuk dalam sistem jaringan jalan primer yang merupakan sistem jaringan jalan dengan peranan pelayanan jasa distribusi untuk pengembangan semua wilayah secara terpadu. Dan dengan adanya jalan tol menjadi masalah terbesar yang terjadi bagi penjual lemang. Parahnya seperti ini setelah kembali pihak Jalan Tol Tebing Tinggi-Indrapura-Kuala Tanjung dan Lima Puluh Kabupaten Batubara semakin menambah dampak negatif bagi sektor usaha UMKM yang ada di Kota Tebing Tinggi.

Kunjungan wisatawan menuju Tebing Tinggi menjelang Natal dan Tahun Baru 2024 ini sudah dipastikan akan menurun hingga 30%, karena wisatawan atau pengunjung yang datang dari Kota Medan menuju Kisaran, akan memasuki jalan Tol Tebing Tinggi Indrapura dan Lima Puluh, begitu pula untuk wisatawan tujuan Kota Parapat.

Ada beberapa Penyebab dan dampak Pembangunan jalan tol terhadap volume penjualan usaha Lemang yang menjadi salah satu masalah.

1. Karena adanya Perubahan Aksesibilitas jalan

Jalan Raya Menjadi Sepi Karena pembangunan jalan tol sering menggantikan jalan utama sebelumnya sebagai rute pilihan bagi pengendara. Usaha lemang yang bergantung pada arus kendaraan di jalan lama mungkin kehilangan pelanggan karena volume kendaraan berkurang drastis.

2. Lokasi Usaha Tidak Strategis.

Jika usaha lemang tidak berada dekat dengan gerbang tol atau jalur akses ke tol, pelanggan yang biasanya singgah dapat kesulitan menjangkau lokasi tersebut. Jalan tol mempercepat perjalanan, sehingga pengendara cenderung mengurangi berhenti di tempat-tempat makan di luar rute tol. Hal ini berdampak pada penurunan kunjungan ke usaha lemang yang sebelumnya diakses dari jalan konvensional.

3. Adanya Rest Area di Jalan Tol.

Konsentrasi Konsumen di Rest Area Rest area di jalan tol menyediakan berbagai fasilitas, termasuk toko makanan dan oleh-oleh. Usaha lemang yang tidak memiliki akses ke rest area akan kalah bersaing dengan penjual lemang atau makanan serupa yang tersedia di sana. Penyebab utama penurunan atau peningkatan volume penjualan usaha lemang akibat pembangunan jalan tol berkaitan dengan aksesibilitas, perubahan pola perjalanan konsumen, dan persaingan di lokasi-lokasi strategis seperti rest area. Adaptasi usaha terhadap perubahan ini menjadi kunci untuk meminimalkan dampak negatif.

Salah satu dampak negatif dirasakan oleh UMKM lemang di Tebing Tinggi adalah kurangnya minat beli masyarakat, penurunan omzet penjualan yang menurun hampir 80%. Hal ini disebabkan oleh berkurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Tebing Tinggi. Sebelum dibukanya jalan tol, UMKM ini mampu menjual dua ratus (200) batang perhari namun, setelah dibukanya jalan tol,

wisatawan yang datang ke Tebing Tinggi lebih memilih menggunakan jalur tol karena waktu tempuhnya yang lebih cepat. sehingga hanya mampu menjual tujuh puluh (70) batang perharinya. Sementara saat hari libur penjual lemang mampu menjual 50% dari hari sebelum dibuatnya jalan tol. Penurunan ini disebabkan oleh berkurangnya jumlah wisatawan yang sebelumnya menggunakan jalur darat untuk menuju Tebing Tinggi, yang kini lebih memilih jalur tol karena waktu tempuh yang lebih cepat. Dampak negatif lainnya yang dirasakan oleh pelaku usaha lemang adalah berkurangnya daya beli masyarakat lokal dan meningkatnya persaingan dengan UMKM di Medan. Wisatawan yang datang dari Medan lebih memilih untuk berbelanja di Medan, yang menawarkan lebih banyak pilihan produk dan harga yang bersaing. Hal ini menyebabkan penurunan omzet yang signifikan bagi usaha lemang di Tebing Tinggi. pembangunan jalan tol membawa dampak positif bagi usaha lemang dengan meningkatkan volume penjualan. Akses yang lebih baik memungkinkan pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, tantangan seperti persaingan dengan produk lain dan perubahan selera konsumen juga perlu diperhatikan.

E. Inovasi pada produk atau layanan dapat membantu mengurangi risiko lemang tidak habis terjual.

Lemang, sebagai makanan tradisional berbahan dasar beras ketan dan santan yang dimasak dalam bambu, memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Namun, sifatnya yang mudah basi dan ketergantungan pada penjualan langsung menghadirkan risiko besar jika produk tidak habis terjual. Berikut adalah beberapa risiko yang dihadapi pedagang lemang ketika produk mereka tidak terjual habis. Lemang yang tidak habis terjual menjadi beban keuangan karena pedagang kehilangan modal yang telah dikeluarkan untuk bahan baku, seperti beras ketan, santan, daun pisang, dan bambu. Bahan Cepat Basi Karna Santan adalah bahan yang cepat rusak, terutama jika lemang tidak habis dalam satu atau dua hari. Waktu Proses memasak lemang memakan waktu lama, sehingga lemang yang tidak laku berarti kerugian tidak hanya dari sisi uang, tetapi juga tenaga dan waktu.

Lemang yang tidak habis biasanya tidak dapat dijual kembali, sehingga berakhir menjadi limbah makanan. Hal ini tidak hanya merugikan pedagang secara finansial, tetapi juga menciptakan masalah lingkungan akibat pemborosan bahan makanan. Lemang yang tidak habis dijual dengan harga diskon atau dalam kondisi yang kurang segar, yang bisa berdampak buruk pada citra pedagang. Jika konsumen merasa kualitas produk menurun, mereka mungkin tidak akan membeli lagi di masa depan. Pedagang yang sering menghadapi risiko lemang tidak habis terjual dapat mengalami tekanan mental akibat kekhawatiran akan kerugian yang terus-menerus. Hal ini dapat memengaruhi semangat mereka untuk terus menjalankan usaha.

Jika pedagang terus memproduksi lemang dalam jumlah besar tanpa penyesuaian permintaan pasar, mereka berisiko memiliki stok berlebih. Hal ini menunjukkan perlunya strategi pengelolaan stok yang lebih baik agar risiko kerugian dapat diminimalkan. Ada beberapa cara mengatasi risiko:

1. Menerapkan Sistem Pre-Order. Hanya memproduksi lemang sesuai dengan jumlah pesanan untuk menghindari kelebihan stok.
2. Diversifikasi Produk. Mengolah sisa lemang menjadi produk baru, seperti keripik lemang atau lemang goreng.
3. Peningkatan Promosi. Menggunakan media sosial untuk menarik pelanggan baru dan memperluas pasar.
4. Kerja Sama dengan Mitra Lokal. Menjual lemang melalui toko oleh-oleh atau warung makanan untuk memperbesar peluang penjualan.

5. Inovasi Pengemasan. Membuat lemang dengan daya tahan lebih lama, misalnya dengan metode vakum.

Risiko tidak habis terjual adalah tantangan besar bagi pedagang lemang, yang dapat berdampak pada kerugian finansial, pemborosan, dan tekanan psikologis. Namun, dengan strategi yang tepat, seperti inovasi produk, promosi yang efektif, dan manajemen stok yang baik, pedagang dapat meminimalkan risiko ini dan menjaga keberlanjutan usaha mereka. Adaptasi terhadap kebutuhan pasar adalah kunci untuk bertahan di tengah persaingan.

F. Dokumentasi



Gambar 1. Logo Produk



Gambar 2. lokasi UMKM

KESIMPULAN

Keberhasilan produk Lemang Ajo sangat bergantung pada kualitas bahan baku (beras ketan, santan, dan bambu). Namun, fluktuasi harga bahan baku yang disebabkan oleh permintaan musiman, pasokan tidak stabil, inflasi, dan biaya distribusi menuntut pengusaha untuk mencari solusi, seperti menjalin kemitraan langsung dengan petani dan meningkatkan efisiensi produksi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nopita et al., 2021). Strategi Pemasaran dan Produksi yang adaptif untuk meningkatkan penjualan, usaha Lemang Ajo perlu memperkuat branding, menawarkan produk dengan kualitas premium, dan memanfaatkan teknologi produksi yang efisien. Penelitian oleh (Esis Melisa et al., 2023) menyatakan Aplikasi berbasis teknologi juga bisa digunakan untuk mempertahankan kualitas dan autentisitas Lemang.

Selain itu, kerjasama dengan toko oleh-oleh atau warung lokal dapat memperluas jaringan distribusi. Dengan strategi adaptif seperti penjualan di rest area dan di beberapa lokasi yang terletak di pinggiran jalan. Inovasi yang tepat, seperti menambah ketahanan produk, variasi rasa produk sehingga usaha Lemang Ajo diharapkan dapat menghadapi tantangan eksternal yang serupa dan mempertahankan keberhasilannya sebagai salah satu pelaku UMKM unggulan di Tebing Tinggi.

Saran

Ciptakan variasi lemang baru, seperti rasa manis, pedas, atau lemang dengan isi tertentu (coklat, keju). Kembangkan produk turunan, seperti keripik lemang atau lemang beku yang dapat bertahan lebih lama (3- 5 hari) dan menjangkau pasar yang lebih luas baik di sekitaran kota Tebing Tinggi maupun luar kota (oleh-oleh khas Tebing Tinggi). Gunakan media sosial untuk promosi aktif dengan menampilkan proses pembuatan lemang dan keunikan produk. Manfaatkan platform e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia untuk menjual produk secara online. Adakan promo, diskon, atau program loyalitas untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Diharapkan peran pemerintah, khususnya Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Kota Tebing Tinggi dalam memberikan pelatihan dan pameran produk terhadap UMKM Lemang sehingga mampu bersaing dengan produk makanan lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, R., Hildayanti, S. K., Hartati, L., & Hendarmin, R. M. R. (2023). Penggunaan E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Produk Inovasi Emping Singkong Umkm Masyarakat Desa Petanang. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7101–7108.
- Esis Melisa, Lidya Melia Sari, Diratu Agnes Fitria, & Tata Sutabri. (2023). Meningkatkan Budaya Kuliner Lemang Di Era Society 5.0. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(1), 46–52. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i1.469>
- Fajrina, F. N., & Yamit, Z. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Maybelline di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 131–142.
- Jhonson, R. S., Marbun, J. A., & Sitanggang, R. J. (2024). Strategi Pengembangan Sistem Agroindustri Lemang (Studi Kasus di Kota Tebing Tinggi). ... *Sosiologi Pertanian*, 6(1). <http://jurnal.usi.ac.id/index.php/jak/article/view/468%0Ahttp://jurnal.usi.ac.id/index.php/jak/art>

icle/download/468/585

- Kotler, P., & Lane, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Nopita, H., Suswatiningih, T. E., Nurjanah, D., Pertanian, J. E., Pertanian, F., & Yogyakarta, I. (2021). Potensi Pengembangan Agroindustri Lemang Di Kota Tebing Tinggi Sumatera Utara. *Journal Agrifitia*, 1(2).
- Nur, F., Salman, D., & Rahmadanih, R. (2018). Kontribusi Usaha Lemang Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Sebagai Strategi Bertahan Hidup. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 249. <https://doi.org/10.20956/jsep.v14i3.5261>
- Pratama, M. A., Simanjuntak, T. A., Marbun, T. P., Siahaan, R., Purba, R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Karya, B. (2024). *Community services progress*. 3(2), 90–97.
- Purba, R., Siregar, A., Siahaan, R., Jayanti S., S. E., & Rusmewahni. (2020). Pembelajaran Berbasis Google Classroom, Geoogle Meet Dan Zoom Guru Smp Negeri 2 Batubara. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 410–416. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.464>
- Siahaan, R., Purba, R., Batubara, R. W., Roni, S., Syahputra, A., Amanda, F., Sihaloho, J., Tinggi, S., Ekonomi, I., Karya, B., & Utama, U. P. (2024). *Community services progress*. 3(2), 32–40.