



Inovasi Kemasan dan Branding Kemplang Rawa Lebak Berbasis Digital Marketing

Icuk Muhammad Sakir¹, Indah Pusnita², Ivana³, Ahmad Ariq Izdihar⁴, Nabila Dhea Anggraini⁵

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi¹, Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial²,
Program Studi Ilmu Administrasi Negara³, Program Studi Ilmu Komunikasi⁴,

Program Studi Ilmu Komunikasi⁵

STISIPOL Candradimuka Palembang

e-mail: icuksakr@stisipolcandradimuka.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual dan daya saing produk kemplang rawa lebak melalui inovasi kemasan dan penguatan branding berbasis digital marketing pada kelompok UMKM di wilayah rawa lebak Sumatera Selatan. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kemasan produk yang masih sederhana, kurang menarik, serta minimnya pemanfaatan platform digital untuk pemasaran sehingga jangkauan pasar terbatas. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan desain kemasan modern yang ergonomis dan berkarakter lokal, pendampingan pembuatan identitas merek, serta pelatihan praktis penggunaan media sosial dan marketplace untuk promosi dan penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu menghasilkan kemasan baru yang lebih higienis, informatif, dan memiliki ciri khas daerah, serta mulai aktif memasarkan produk melalui Instagram, TikTok, dan Shopee. Dampaknya terlihat pada peningkatan pengetahuan mitra tentang branding dan digital marketing, peningkatan kepercayaan konsumen, serta kenaikan omzet penjualan. Kegiatan ini membuktikan bahwa inovasi kemasan yang dipadukan dengan strategi digital marketing efektif dalam mendorong kemandirian dan keberlanjutan usaha UMKM pangan lokal.

Kata Kunci: *Kemplang, Inovasi Kemasan, Branding, Digital Marketing, Rawa Lebak.*

Abstract

This community service activity aims to increase the selling value and competitiveness of Rawa Lebak kemplang products through packaging innovation and digital marketing-based branding strengthening for MSME groups in the Rawa Lebak region of South Sumatra. The problems faced by partners are product packaging that is still simple, unattractive, and minimal use of digital platforms for marketing, resulting in limited market reach. The implementation method includes training in modern packaging design that is ergonomic and has local character, mentoring in creating a brand identity, and practical training in using social media and marketplaces for promotion and sales. The results of the activity showed that partners were able to produce new packaging that is more hygienic, informative, and has regional characteristics, and began actively marketing products through Instagram, TikTok, and Shopee. The impact is seen in increased knowledge of partners about branding and digital marketing, increased consumer trust, and increased sales turnover. This activity proves that packaging

innovation combined with digital marketing strategies is effective in encouraging the independence and sustainability of local food MSMEs.

Kata Kunci: *Kemplang, Packaging Innovation, Branding, Digital Marketing, Wetlands.*

PENDAHULUAN

Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan memiliki lahan rawa lebak untuk pertanian seluas 6.803 hektar (Desinta, 2019). Berdasarkan jenis pengairannya kondisi lahan sawah yang ada di Kecamatan Pemulutan hanya bergantung pada keadaan air hujan, sungai dan sebagian dari sumur pompa dan sumur galian (Erna Siaga et al., 2016). Sawah dengan pengairan ketergantungan air hujan dan sungai sawah lebak mencapai hampir 100% dengan berbagai tipe genangan/kedalaman air pada saat musim hujan. Kondisi ini membawa implikasi terhadap pelaksanaan pola tanam padi sawah yang dilaksanakan masyarakat Pemulutan. Pada lahan lebak dangkal dan pematang, penerapan pola tanam IP 200 lebih memungkinkan karena genangan air surut lebih cepat, sementara lebak tengahan dan dalam memiliki kendala genangan yang panjang. Saat terjadi cuaca ekstrem, intensitas tanam umumnya menurun menjadi satu kali dalam setahun (Helmi, 2015).

Karakteristik rawa lebak memiliki perbedaan mendasar dengan rawa pasang surut, terutama dari segi topografi dan pola genangan air. Rawa pasang surut umumnya memiliki topografi yang lebih datar akibat pengaruh pasang surut air laut, dengan periode genangan yang relatif dapat diprediksi, yaitu pada fase bulan baru dan bulan purnama. Sebaliknya, rawa lebak memiliki karakter genangan yang bersifat alami dan tidak teratur, sehingga menjadi ciri khas hidroekologis tersendiri. Ekosistem ini sering dikategorikan sebagai wetland, lowland, peatland, inland, maupun deepwater land karena kondisi lahannya yang tergenang hampir sepanjang tahun, dengan curah hujan rata-rata sekitar 2.000 mm per tahun serta periode musim basah yang berlangsung selama 5-7 bulan 2026/5/15.

Genangan air pada rawa lebak umumnya bersifat statis dengan sistem drainase yang terbatas, sehingga air sulit mengalir keluar dari lahan. Kondisi ini biasanya berangsur surut pada musim kemarau, sehingga lahan dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pertanian. Dalam kondisi normal, musim hujan berlangsung antara bulan Oktober hingga Maret, sedangkan musim kemarau terjadi pada bulan April hingga September. Tingginya curah hujan yang berlangsung selama 5-7 bulan menjadi kendala bagi petani dalam melakukan kegiatan budidaya padi, karena lahan masih dalam kondisi tergenang (Sakir et al., 2020a)

Ketidakpastian pola genangan pada musim hujan juga menyulitkan petani dalam menentukan waktu pembibitan padi yang tepat. Padahal, kesesuaian umur bibit dan ketersediaan benih merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan panen (Roji et al., 2025). Untuk mengatasi permasalahan tersebut,

petani di lahan rawa lebak mengembangkan metode persemaian terapung sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi lingkungan yang tergenang (Sakir et al., 2020a) (Siaga et al., 2018)

Rawa lebak sebagai ekosistem lahan basah memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, khususnya ikan air tawar yang menjadi bahan baku utama dalam pengolahan pangan tradisional (Sutanto, H., 2022). Salah satu produk olahan berbasis ikan yang cukup dikenal adalah kemplang, yaitu kerupuk ikan dengan cita rasa khas yang telah menjadi bagian dari identitas kuliner di berbagai wilayah Sumatera dan Kalimantan (Aini, N., & Yuliana, 2020). Potensi pengembangan usaha kemplang di kawasan rawa lebak sangat besar, didukung oleh ketersediaan bahan baku, keterampilan lokal masyarakat, serta peluang pasar yang terus berkembang (Yusuf, A., & Rahman, 2018).

Persoalan yang dihadapi oleh mitra antara lain; produk kemplang umumnya masih dipasarkan secara konvensional dengan jangkauan pasar yang terbatas. Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran masih rendah, sehingga peluang untuk memperluas pasar belum dimanfaatkan secara optimal. Di samping itu, kemasan produk yang kurang menarik dan belum memenuhi standar pemasaran modern serta belum adanya identitas merek (*branding*) yang kuat menyebabkan daya saing produk menjadi rendah. Oleh karena itu, para pelaku bisnis dapat merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran yang sesuai dengan tantangan persaingan global, sambil mempertimbangkan aspek biaya dan adaptasi terhadap dinamika pasar lokal (Rahmah & Ibrahim, 2023).

Strategi penguatan manajemen usaha yang komprehensif, meliputi peningkatan kapasitas kewirausahaan, penguatan kelembagaan kelompok tani, serta dukungan kebijakan dari pemerintah daerah. Pengembangan usaha kemplang yang berbasis pada tata kelola manajemen yang baik diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat rawa lebak (Fitriani, R., & Hidayat, 2021).

Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Pemulutan menggantungkan mata pencaharian pada sektor pertanian rawa lebak, khususnya melalui sistem persemaian padi terapung yang merupakan kearifan lokal (Sakir & Desinta, 2019). Metode ini telah diwariskan secara turun-temurun sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi lingkungan, dengan memanfaatkan tumbuhan liar yang dikenal sebagai berondong. Komoditas utama yang diusahakan meliputi padi dan cabai, sedangkan tanaman hortikultura lainnya bersifat sebagai usaha sampingan (Sakir et al., 2020b).

Keterbatasan siklus tanam yang hanya berlangsung satu kali dalam setahun mendorong masyarakat untuk melakukan diversifikasi sumber pendapatan guna memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangga. Berbagai kegiatan ekonomi alternatif pun dikembangkan, seperti berdagang, bekerja sebagai tukang, ojek, serta mengelola usaha pengolahan pangan, khususnya produksi kerupuk atau kemplang. Urgensitas diversifikasi pertanian untuk

mengatasi berbagai kendala dan permasalahan yang dihadapi oleh petani, seperti luas lahan garapan yang relatif kecil dan manajemen usahatani yang sederhana, kurangnya pengetahuan dan ketrampilan, serta rendahnya kemampuan menerapkan teknologi pertanian dalam usahatani (Damanhuri et al., 2017). Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh kelompok tani Saluran Jaya adalah usaha kemplang.

Usaha kemplang pada umumnya dikelola oleh kelompok perempuan, terutama setelah masa panen padi. Kegiatan produksi biasanya dilaksanakan pada periode Maret hingga Juni, yang bertepatan dengan musim kemarau sehingga mendukung proses pengeringan produk. Selanjutnya, pada bulan Juni hingga Juli, masyarakat kembali memfokuskan kegiatan pada proses penanaman padi. Beberapa wilayah yang dikenal sebagai sentra produksi kemplang antara lain Desa Simpang Pelabuhan Dalam, Pelabuhan Dalam, Teluk Kecapi, dan Pemulutan Ulu.

Kelompok Tani Saluran Jaya sebagai mitra sasaran dalam kegiatan pengabdian ini merupakan salah satu kelompok tani yang memiliki usaha produktif di bidang pengolahan kemplang. Meskipun usaha tersebut telah dijalankan secara turun-temurun dan berkelanjutan, kelompok ini masih menghadapi berbagai permasalahan yang cukup kompleks dan memerlukan pendampingan. Secara keseluruhan, program pelatihan dan pendampingan ini diharapkan mampu memperkuat kemandirian ekonomi kelompok tani, meningkatkan pendapatan anggota, serta mendorong keberlanjutan usaha kemplang sebagai salah satu potensi ekonomi lokal berbasis sumber daya rawa lebak.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara partisipatif dan berkelanjutan, dengan melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Adapun tahapan metode pelaksanaan meliputi sebagai berikut: 1. Observasi dan analisis situasi awal bertujuan; Mengidentifikasi kondisi eksisting, potensi sumber daya lokal, serta permasalahan utama mitra dalam aspek produksi, manajemen, dan pemasaran. 2. Pendekatan Partisipatif dan Kolaboratif dengan melibatkan petani dan pelaku UMKM secara langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi agar kegiatan tepat sasaran dan berkelanjutan. 3. Penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) dengan memperkenalkan dan mendemonstrasikan alat pengering kemplang modern serta teknologi pengemasan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. 4. Pelatihan dan pendampingan teknis bertujuan peningkatan keterampilan produksi higienis, manajemen usaha, dan pemasaran digital untuk membentuk SDM unggul dan mandiri. Pemberdayaan usah Kemplang yang tergabung dalam kelompok tani Saluran Jaya, Desa Simpang Pelabuhan Dalam, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir dilaksanakan dari bulan Oktober – Desember 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pegadian Masyarakat (PKM) diawali dengan melakukan observasi dan analisis situasi awal. Hasil observasi menunjukkan kebutuhan mitra antara lain; 1. Aspek Produksi, produksi kemplang masih dilakukan secara tradisional, mulai dari pencampuran bahan, pencetakan, hingga proses pengeringan yang sangat bergantung pada cuaca. Peralatan yang digunakan masih sederhana, sehingga kapasitas produksi terbatas dan kurang efisien. 2. Kualitas Produk, rasa kemplang sudah cukup baik dan memiliki ciri khas lokal. Namun, dari segi bentuk dan ukuran masih belum seragam. Selain itu, daya tahan produk masih relatif rendah karena belum menggunakan teknik pengemasan modern. 3. Pengemasan (*Packaging*), kemasan yang digunakan masih sederhana, seperti plastik bening tanpa label yang menarik. Informasi produk seperti komposisi, tanggal produksi, dan izin edar belum dicantumkan secara lengkap, sehingga kurang menarik minat konsumen yang lebih luas. 4. Pemasaran, pemasaran masih terbatas pada penjualan langsung di lingkungan sekitar dan berdasarkan pesanan. Pemanfaatan media digital seperti media sosial dan *marketplace* masih sangat minim, sehingga jangkauan pasar belum optimal. 5. Manajemen Usaha, pelaku usaha belum menerapkan pencatatan keuangan yang rapi. Keuangan usaha masih bercampur dengan keuangan pribadi, sehingga sulit untuk mengetahui keuntungan secara pasti dan mengembangkan usaha. 6. Sumber Daya Manusia (SDM), sebagian besar pelaku usaha memiliki keterampilan produksi yang baik secara turun-temurun, namun masih kurang dalam hal inovasi produk, branding, dan pemasaran digital.

Hasil observasi menunjukkan bahwa usaha kemplang memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan, terutama dalam peningkatan kualitas kemasan, pemanfaatan digital marketing, serta penguatan manajemen usaha. Oleh karena ini, pendekatan partisipatif dan kolaboratif yang melibatkan petani dan pelaku usaha kemplang secara langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan.

Pendekatan partisipatif dan kolaboratif bagi kelompok tani Saluran Jaya sebagai mitra sasaran bertujuan untuk; Meningkatkan keterlibatan dan rasa memiliki (*Ownership*), dan mendorong petani dan pelaku usaha serupa untuk berperan aktif sehingga tercipta rasa tanggung jawab bersama terhadap keberhasilan program. Menjamin ketepatan sasaran program sehingga kegiatan yang dirancang berdasarkan kebutuhan nyata di lapangan akan lebih relevan dan sesuai dengan kondisi usaha kemplang yang dijalankan. Mengoptimalkan pemanfaatan potensi lokal, sehingga dapat menggali dan memanfaatkan sumber daya lokal, baik bahan baku, pengetahuan tradisional, maupun jaringan usaha yang sudah ada. Meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku usaha, sehingga keterlibatan langsung pelaku usaha memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang dapat diterapkan secara mandiri. Memperkuat sinergi antar pemangku kepentingan, hal ini bertujuan untuk membangun kerja sama yang baik antara petani, pelaku usaha, tim pelaksana PKM, dan pihak terkait

lainnya dalam pengembangan usaha kemplang. Meningkatkan efektivitas pelaksanaan program dengan cara kolaborasi yang baik sehingga memungkinkan proses pelaksanaan berjalan lebih lancar, adaptif, dan responsif terhadap kendala di lapangan. Hal lain yang tidak kalah penting dalam kegiatan PKM adalah menjamin keberlanjutan program (*Sustainability*). Dengan keterlibatan aktif sejak awal hingga evaluasi, program memiliki peluang lebih besar untuk terus dilanjutkan oleh masyarakat secara mandiri. Dengan demikian maka program serupa akan memberikan motivasi dan inovasi berbasis kebutuhan lokal, sehingga gagasan dan solusi yang dihasilkan berasal dari pengalaman langsung pelaku usaha kemplang, sehingga lebih aplikatif dan mudah diimplementasikan secara luas.

Kegiatan PKM juga difokuskan pada adaptasi teknologi dan inovasi kemasan, branding, dan pelatihan pemasaran digital guna meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Persaingan produk juga berkaitan dengan kualitas yang baik, dan kualitas akan ditentukan oleh penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG).

Adaptasi teknologi yang digunakan dalam proses usaha kemplang pada fase pemotongan dan pengeringan. Tujuan dari inovasi dan penerapan teknologi antara lain; Meningkatkan efisiensi proses produksi, hal ini bertujuan untuk mengurangi waktu produksi, khususnya pada tahap pengeringan yang sebelumnya bergantung pada sinar matahari, sehingga proses dapat dilakukan secara lebih cepat dan tidak tergantung cuaca. Meningkatkan kualitas dan konsistensi produk, penggunaan alat pemotong khusus menghasilkan potongan kemplang yang lebih seragam serta tingkat kekeringan yang merata, sehingga kualitas produk lebih terjaga dan standar. Meningkatkan kapasitas produksi, penggunaan alat pemotong juga lebih efektif dan oven pengering, sehingga jumlah produksi dapat ditingkatkan untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih besar. Menjamin higienitas produk, Proses pengeringan menggunakan oven lebih tertutup dan bersih dibandingkan penjemuran terbuka, sehingga mengurangi risiko kontaminasi debu dan kotoran. Memperpanjang daya simpan produk, hasil pengeringan dengan menggunakan sinar matahari memerlukan waktu lebih lama, sedangkan penggunaan pengering/oven butuh waktu yang singkat dan keringnya lebih merata. Pengeringan optimal akan membantu meningkatkan umur simpan kemplang, sehingga lebih tahan lama dan layak dipasarkan ke wilayah yang lebih luas. Mendorong inovasi dan modernisasi usaha, para pelaku usaha yang sejenis bisa beralih dari metode tradisional ke metode yang lebih modern, sehingga meningkatkan daya saing usaha di era digital dan industri kreatif. Meningkatkan nilai tambah produk, dengan kualitas yang lebih baik dan tampilan yang lebih menarik, kemplang memiliki nilai jual yang lebih tinggi di pasar. Kegiatan lain yang tak kalah penting diberikan kepada kelompok tani Saluran Jaya adalah dalam aspek manajemen dan keterampilan teknis.

Pada aspek manajemen usaha, pelaku usaha kemplang dibekali kemampuan dalam mengelola usaha secara lebih terstruktur, pada aspek; Pencatatan keuangan sederhana (pemasukan, pengeluaran, keuntungan). Pemisahan keuangan pribadi dan usaha, perencanaan produksi dan pengendalian biaya, penentuan harga jual yang tepat. Tujuannya adalah menciptakan usaha yang tertata, transparan, dan berkelanjutan.

Peningkatan keterampilan produksi higienis dimaksudkan agar proses produksi kemplang yang bersih dan sesuai standar keamanan pangan. Kegiatan meliputi; Pengenalan sanitasi alat dan bahan. Praktik mencuci, mengolah, dan menyimpan bahan baku secara higienis. Penggunaan alat pelindung sederhana (sarung tangan, penutup kepala). Penerapan teknik pengeringan dan pengolahan yang bersih (termasuk penggunaan oven). Tujuannya adalah menghasilkan produk kemplang yang aman, berkualitas, dan memenuhi standar kesehatan.

Peningkatan keterampilan produksi, pada tahapan ini fokus pada peningkatan kemampuan teknis dalam proses produksi agar lebih efisien dan konsisten, meliputi: Teknik pencampuran bahan yang tepat, Standarisasi ukuran dan bentuk kemplang, Penggunaan alat pemotong untuk hasil yang seragam, Penggunaan oven untuk pengeringan yang optimal. Tujuan dari tahapan ini adalah meningkatkan kualitas, kuantitas, dan efisiensi produksi.

Pemasaran digital bertujuan memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital, dengan kegiatan: Pelatihan penggunaan media sosial (WhatsApp Business, Instagram, Facebook), Pembuatan konten promosi sederhana (foto/video produk), Pengenalan marketplace dan Strategi branding dan komunikasi pemasaran. Tujuan tahap ini adalah meningkatkan daya saing dan memperluas akses pasar usaha kemplang.

Kegiatan terakhir yang dilakukan pada PKM adalah Pendampingan dan Evaluasi. Evaluasi yang dilakukan meliputi; Monitoring penerapan hasil pelatihan, Konsultasi permasalahan yang dihadapi pelaku usaha kemplang, Evaluasi perkembangan usaha (produksi, penjualan, manajemen), Perbaikan berkelanjutan berdasarkan hasil evaluasi. Tujuan dari evaluasi ini adalah memastikan ilmu yang diberikan benar-benar diterapkan dan memberikan dampak nyata bagi kelompok tani Saluran Jaya, sehingga dapat menularkan pada pelaku usaha yang sama, dan menjadi inkubator wirausaha pada kelompok tani lainnya. Melalui tahapan pelatihan dan pendampingan yang terstruktur ini, diharapkan terbentuk Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku usaha kemplang yang unggul, terampil, adaptif terhadap teknologi, serta mampu mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Kegiatan PKM bertujuan untuk memastikan seluruh tahapan mulai dari Observasi dan analisis situasi, *Focus Group Discussion* (FGD), pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan melibatkan petani dan pelaku UMKM secara langsung dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi agar kegiatan tepat sasaran dan berkelanjutan. Penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG). Dan

pendampingan yang bertujuan untuk menggali persepsi, pengalaman, serta kebutuhan pelaku usaha kemplang dan petani rawah lebak.

Focus Group Discussion (FGD) dihadiri oleh perwakilan petani/pelaku usaha kemplang, mahasiswa dan dosen. Dari FGD ini tim PKM menyusun agenda acara kegiatan pemaparan hasil survei awal dan gambaran potensi usaha kemplang, mengidentifikasi permasalahan dan peluang pemasaran dari perspektif peserta, melakukan pembahasan konsep mencakup integrasi pemasaran langsung, media sosial, platform digital, dan jaringan distribusi lokal dan merumuskan rekomendasi model awal dan strategi implementasi. Selain itu juga tim PKM juga dapat menyusun peta aktor dan hubungan kemitraan dalam ekosistem pemasaran kemplang, mengidentifikasi kanal pemasaran potensial (*online marketplace*, media sosial, dan media konvensional) dan juga memberi masukan untuk diimplementasikan pada pendampingan PKM.

Berikut ini dokumentasi kegiatan observasi dan *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di desa Simpang Pelabuhan, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan.



Gambar 1. Proses penjemuran kemplang menggunakan sinar matahari.



Gambar 2. Observasi untuk mengetahui kebutuhan mitra sasaran.



Gambar 3. Focus Group Discussion (FGD) bersama mahasiswa dan dosen pendamping.



Gambar 4. Proses pemotongan secara manual pemipihan sebelum dijemur.

Kegiatan observasi dan *Focus Group Discussion* (FGD) didapatkan berbagai permasalahan dari berbagai aspek antara lain; Aspek Produksi dan Teknologi Tepat Guna, Aspek Manajemen dan Organisasi Usaha, Aspek Pemasaran dan *Branding*, Aspek Sosial dan Ekonomi. Untuk mengentaskan permasalahan mitra sasaran, maka dilakukan dan solusi sebagai berikut:

Aspek Produksi dan Teknologi Tepat Guna

Proses produksi kemplang masih dilakukan secara manual dan tradisional, terutama pada tahap penjemuran yang bergantung pada cuaca. Hal ini menyebabkan produktivitas tidak stabil dan kualitas produk tidak konsisten. Penyelesaian dan hasil Tim pengabdian melakukan adaptasi inovasi dan teknologi melalui instalasi dan pelatihan penggunaan alat pengering kemplang modern berbasis pemanas listrik/gas yang efisien dan higienis. Proses pengeringan menjadi lebih cepat dan tidak tergantung cuaca, sehingga produktivitas meningkat hingga 40% dibanding metode manual. Diperkenalkan pula penerapan *Good Manufacturing Practices (GMP)*, meliputi teknik pemotongan menggunakan alat pemotong, kebersihan alat, ruang produksi, serta penataan proses kerja serta produk yang dihasilkan. Dengan penggunaan alat pemotong, maka kini potongan lebih lebih seragam, kering merata, dan memiliki daya simpan lebih lama.

Berikut ini kegiatan demonstrasi penggunaan oven sebagai teknologi pengeringan untuk meningkatkan efisiensi produksi kemplang, alat pemotong sederhana yang dapat mempercepat pemotongan sebelum pemipihan.



Gambar 5. Penyerahan alat pemotong untuk mempercepat proses pemotongan.



Gambar 6. Observasi untuk mengetahui kebutuhan mitra sasaran.



Gambar 7. Sistem penjemuran dengan sinar matahari butuh 2-3 hari agar kemplang siap untuk di panggang.



Gambar 8 & 9. Proses pengeringan dengan menggunakan alat pengering/oven hanya butuh waktu 4-5 jam.

Proses pengeringan yang selama ini secara manual dengan mengandalkan sinar matahari hanya dapat dilakukan saat matahari terik. Selain itu, butuh minimal 2-3 hari agar bahan baku kemplang yang dikeringkan siap untuk di panggang. Proses pengeringan dapat dilakukan bila cuaca tidak mendung atau bukan musim hujan, namun bila musim hujan maka usaha ini akan berhenti sementara, sembari menunggu musim kembali berganti. Penggunaan teknologi inovasi yang dia ciptakan oleh H. Sutopo dapat menghemat waktu, biaya, dan meningkatkan kualitas produk. Proses pengeringan dengan menggunakan alat

pengering/oven hanya butuh waktu 4-5 jam, maka bahan baku kemplang siap untuk dipanggang. Bandingkan dengan penjemuran menggunakan sinar matahari butuh waktu 2-hari hari. Itupun kalau tidak hujan, dan apabila hujan maka kualitas bahan bakunya akan menurun. Dengan penggunaan mesin pengering atau oven, maka tidak ada lagi istilah “menganggur” karena setiap saat bahan baku bisa dikeringkan.

Aspek Manajemen dan Pemasaran

Aspek manajemen dan pemasaran merupakan rangkaian yang diberikan kepada mitra agar bisa melakukan kegiatan secara terstruktur dan tercatat. Selain itu, pembagian tugas tidak jelas dan pencatatan keuangan belum dilakukan dengan baik. Penyelesaian dan hasil dari Tim pengabdian memberikan pelatihan manajemen usaha sederhana mencakup pencatatan keuangan, perencanaan produksi, dan pengelolaan stok bahan baku. Kemudian dibentuk struktur organisasi kelompok usaha kemplang, dengan pembagian tanggung jawab di bidang produksi, keuangan, dan pemasaran. Mitra sasaran kini mampu menyusun laporan keuangan sederhana dan memantau arus kas usaha setiap bulan. Hal ini memberikan pengaruh signifikan pada sistem usaha menjadi lebih tertata, transparan, dan siap berkembang menjadi unit usaha formal atau UMKM skala mikro.

Produk kemplang sebelumnya hanya dipasarkan secara lokal dan belum memiliki merek maupun kemasan yang menarik, serta belum mengetahui sistem penjualan dengan menggunakan berbagai platform media. Penyelesaian dan hasil dari Tim melakukan pelatihan digital marketing mencakup pembuatan konten promosi, penggunaan media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp Business), dan strategi promosi daring, dibantu pembuatan logo, desain kemasan baru, dan identitas merek “Rezeki Bersama”. Selain itu, juga dilakukan publikasi melalui media online dan cetak sehingga dapat diketahui secara luas bagi khalayak di berbagai pelosok di tanah air.

Berikut ini dokumentasi kegiatan pelatihan manajemen dan pemasaran yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dari STISIPOL Candradimuka:



Gambar 10. TIM pendamping kegiatan PKM, terdiri dari 3 dosen dan 2 mahasiswa.



Gambar 11. Pelatihan manajemen dan pemasaran terpadu pada mitra sasaran.



Gambar 12. Kemplang yang sudah dikeringkan menggunakan alat pengering / oven siap dipanggang.



Gambar 13. Kemplang hasil pemanggangan kemudian dipackaging dan diberikan merk, dan siap untuk dipasarkan.

Hasil pengabdian pada masyarakat berdampak signifikan bagi pengembangan usaha kemplang kelompok tani Saluran Jaya. Selama ini, penghasilan petani bergantung pada hasil pertanian musiman dan belum memiliki diversifikasi usaha yang berkelanjutan. Penyelesaian dan hasil melalui kegiatan produksi dan pemasaran kemplang, mitra memperoleh sumber pendapatan tambahan yang stabil, keterlibatan anggota keluarga dan pemuda desa meningkat dalam proses produksi dan promosi digital, sehingga menciptakan lapangan kerja baru di tingkat lokal serta kesadaran masyarakat terhadap pentingnya inovasi dan pemanfaatan IPTEK semakin tinggi. Inovasi dan adaptasi teknologi dapat membantu kegiatan usaha secara maksimal, serta dapat menghemat tenaga dan biaya. Hal ini dapat dirasakan oleh mitra sasaran yang omsetnya mengalami peningkatan 25%-30% dari sebelumnya. Dengan peningkatan omset, tentu berdampak langsung pada pendapatan mitra, sehingga dapat menjadi spirit baru untuk berwirausah.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melalui pengembangan usaha kemplang bagi petani rawa lebak di Desa Simpang Pelabuhan, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak signifikan bagi mitra sasaran. Program ini berhasil meningkatkan keterampilan petani dalam proses produksi kemplang yang lebih higienis dan berkualitas, memperbaiki manajemen usaha melalui pencatatan keuangan sederhana, serta memperluas wawasan mitra dalam strategi pemasaran. Peningkatan kapasitas produksi dan kualitas produk berkontribusi terhadap penguatan usaha kemplang berbasis potensi lokal dan membuka peluang peningkatan pendapatan serta kesejahteraan petani rawa lebak secara berkelanjutan. Pengembangan usaha kemplang pada kelompok tani Saluran Jaya memiliki potensi besar sebagai sumber peningkatan ekonomi masyarakat, didukung oleh ketersediaan bahan baku ikan air tawar dan keterampilan lokal. Aspek yang selama ini menjadi salah satu hambatan, kini tidak lagi menjadi kendala. Begitupun dalam aspek inovasi dan adaptasi teknologi, kini mitra sasaran sudah penggunaan alat pengering atau oven sebagai, sehingga mampu menaikkan omset berkisar 25%-30%. Pada aspek pemasaran, mitra sasaran sudah

mahir melakukan penjualan melalui media sosial seperti instagram, tiktok, youtube, WhatsApp dan platform media lainnya. Hal ini memungkinkan produk dikenal tidak hanya di lingkungan lokal, tetapi juga menjangkau konsumen di luar daerah bahkan nasional. Melalui posting rutin, foto menarik, dan konten kreatif, produk akan lebih mudah diingat oleh konsumen untuk membangun identitas merek (branding).

Kegiatan PKM mendapatkan pendanaan dan dukungan dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Gtinggi, Sains, dan Teknologi, berdasarkan kontrak: 334/C3/DT.05.00/PM-BACTH III/2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Paini, N., & Yuliana, S. (2020). Development of fish-based processed products as a local food diversification strategy. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 12(3), 145-156.
- Damanhuri, Muspita, R. M., & Setyohadi, D. P. S. (2017). Pengembangan Diversifikasi Usaha Tani Sebagai Penguatan Ekonomi Di Kabupaten Bojonegoro, Tulungagung, Dan Ponorogo. *Juni*, 11(1), 33-47.
- Desinta. (2019). *Laporan Musiman Musim Tanam UPTD Pertanian Provinsi Sumatera Selatan*.
- Erna Siaga, Benyami, L., Masreah, B. S., & Kartika. (2016). Sistem Persemaian Padi di Lahan Rawa Lebak Pemulutan Sumatera Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Lahan SubOptimal*, 538-546.
- Fitriani, R., & Hidayat, M. (2021). Empowering farmer groups in swampy lowland areas through agribusiness development. *International Journal of Agricultural Extension*, 9(1), 50-59.
- Rahmah, M., & Ibrahim, H. (2023). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Produk dalam Perdagangan Internasional. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 412-2417. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13281>
- Roji, S. A. K., Maulida, A.-Z. P., Meirani, S. K., & Suherman, S. (2025). Respons Lingkungan terhadap Perubahan Iklim Keterlibatan Masyarakat Petani Kajian Ilmu Alamiah Dasar dan Islami. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 241-254. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v5i2.6529>
- Sakir, I. M. (2025). Pemanfaatan Media Sosial dalam Penyebaran Informasi Konservasi Lingkungan kepada Petani Rawa Lebak. *Jurnal Penyuluhan*, 21(01), 51-61.
- Sakir, I. M., & Desinta, D. (2019). Pemanfaatan Refugia Dalam Meningkatkan Produksi Tanaman Padi Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Lahan Suboptimal*, 7(1), 97-105. <https://doi.org/10.33230/jlso.7.1.2018.367>
- Sakir, I. M., Sriati, S., Saptawan, A., Juniah, R., Pertanian, F., Sriwijaya, U., Teknik, F., & Sriwijaya, U. (2020a). Sejarah Persemaian Padi Terapung Sebagai Kearifan Lokal Etnis Ogan Mengelola Rawa Lebak. In Siti Herlinda (Ed.), *Komoditas Sumber Pangan untuk Meningkatkan Kualitas Kesehatan di Era Pandemi Covid -19* (pp. 978-979).
- Sakir, I. M., Sriati, S., Saptawan, A., Juniah, R., Pertanian, F., Sriwijaya, U., Teknik,

- F., & Sriwijaya, U. (2020b). Sejarah Persemaian Padi Terapung Sebagai Kearifan Lokal Etnis Ogan Mengelola Rawa Lebak. In Siti Herlinda (Ed.), *Komoditas Sumber Pangan untuk Meningkatkan Kualitas Kesehatan di Era Pandemi Covid -19*.
- Siaga, E., Lakitan, B., Hasbi, Bernas, S. M., Wijaya, A., Lisda, R., Ramadhani, F., Widuri, L. I., Kartika, K., & Meihana, M. (2018). Application of floating culture system in chili pepper (*Capsicum annum L.*) during prolonged flooding period at riparian wetland in Indonesia. *Australian Journal of Crop Science*, 12(5), 808–816. <https://doi.org/10.21475/ajcs.18.12.05.PNE1007>
- Suryana, S. (2016). Potensi Dan Peluang Pengembangan Usaha Tani Terpadu Berbasis Kawasan Di Lahan Rawa. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, 35(2), 57. <https://doi.org/10.21082/jp3.v35n2.2016.p57-68>
- Sutanto, H., & W. (2022). Traditional fish-based products and their potential for rural economic development. *Journal of Food and Community Development*, 14(1), 77–89.
- Helmi. (2015). _Peningkatan produktivitas padi lahan rawa lebak melalui penggunaan varietas unggul padi rawa_. *Jurnal Pertanian Tropik*, 2(2), 78-92.
- Yusuf, A., & Rahman, F. (2018). Business management practices in rural farmer groups: Opportunities and constraints. *Asian Journal of Rural Studies*, 2(4), 215–226.