



---

**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN INDUSTRI KEMPLANG TUNU DENGAN MENERAPKAN STRATEGI *PACKAGING* DI DESA TANJUNG PERING KECAMATAN INDRALAYA UTARA KABUPATEN OGAN ILIR**

Oleh

**Raniasa Putra<sup>1</sup>, Alfitri<sup>2</sup>, Sena Putra Prabujaya<sup>3</sup>, Muhammad Yusuf Abror<sup>4</sup>, Maudy Noor Fadhlia<sup>5</sup>, Januar Eko Aryansah<sup>6</sup>, Dimes Akbar Perdana<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Unviersitas Sriwijaya

E-mail: <sup>1</sup>[raniasa@fisip.unsri.ac.id](mailto:raniasa@fisip.unsri.ac.id)

---

**Article History:**

*Received: 10-10-2022*

*Revised: 17-10-2022*

*Accepted: 22-11-2022*

**Keywords:**

*Pendampingan, Kemplang Tunu, Strategi Packaging*

**Abstract:** *Kemplang tunu merupakan salah satu produk cemilan khas masyarakat Sumatera Selatan khususnya Desa Tanjung Pering Kabupaten Ogan Ilir yang memiliki populasi usaha industri terbanyak dan sangat banyak diminati. Kemplang tunu merupakan industri rumahan yang jika digeluti dengan serius akan mendatangkan income yang signifikan. Namun, permasalahan Kemplang tunu di Desa Tanjung Pering ini yaitu pengemasan produk yang masih sangat sederhana dan belum melakukan pengemasan dengan model yang menarik. Tujuan artikel ini adalah untuk memberikan pemahaman kepada pelaku industri Kemplang tunu di Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara tentang pentingnya inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan produksi. Metode pelaksanaan yang digunakan pada pengabdian ini diawali dengan memberikan pemahaman terkait strategi pengembangan usaha, bagaimana cara membranding produk dengan baik, packaging yang menarik, pembuatan yang mengedepankan kebersihan produk, dan mengoptimalkan daya tahan produk tanpa menggunakan bahan pengawet berbahaya.*

---

**PENDAHULUAN**

Desa Tanjung Pering adalah salah satu desa/kelurahan di kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan. Desa ini juga berdekatan dengan kampus Universitas Sriwijaya, masyarakat di desa ini sangat kompak dan memiliki jiwa sosial yang tinggi dan mengenal satu sama lain serta saling bergotong royong. Keseharian masyarakat di desa ini bekerja sebagai petani sayur, pedagang, peternak sapi, bahkan yang menjadi populasi terbanyak mata pencahariannya ialah industri penghasil kemplang tunu. Populasi tersebut terlihat dari data yang terhimpun pada Dinas Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kabupaten Ogan Ilir bahwa dari 11 Kecamatan yang ada di Ogan Ilir Jumlah Pelaku Usaha tertinggi yaitu pada Kecamatan Indralaya Utara tepatnya Desa Tanjung Pering dengan jumlah pelaku industri sebanyak 19 orang. Tentunya banyaknya jumlah pelaku industri kemplang tunu ini sangat mempengaruhi tingkat perekonomian masyarakat desa dan



keterampilan produksi yang tinggi.

Kemplang artinya kerupuk, tunu artinya dipanggang. Jadi kemplang tunu berarti kerupuk yang dipanggang. Pengolahan kemplang tunu di desa Tanjung Pering ini salah satu usaha yang sudah cukup lama dan berpotensi. Usaha ini dapat dikatakan memiliki prospek yang cukup baik dimana kebutuhan masyarakat semakin meningkat. Usaha kemplang ini merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang industri kecil dan menengah. Dikatakan usaha kecil, karena beberapa pengelolah masih berskala kecil. Baik dari segi permodalan, produksi dan pemasarannya.

Usaha kemplang tunu di Desa Tanjung Pering ini mengelolah produknya secara massal. Bahan baku utamanya adalah sagu atau tepung tapioka dan ikan. Para pengelolah kemplang tunu di Desa Tanjung Pering ini berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil produksinya. Namun karena kurangnya penyuluhan dan pembinaan terhadap usaha ini, tingkat keuntungan mereka, yaitu dengan cara mengembangkan produk. Hal ini menuntut usaha ini untuk melakukan pengembangan yang tepat dikarenakan pada saat ini persaingan semakin ketat. Apabila usaha kurang efektif dalam upaya pengembangan, bukan tidak mungkin usaha ini tidak dapat bertahan. Agar usaha ini dapat bertahan maka harus melakukan perbaikan pengembangan produk yang baik dan pemasaran yang efektif. Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barangbarang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial (Sofyan A, 2002). Hal ini selaras dengan apa yang menjadi trend masa kini yaitu segala jenis olahan makanan akan lebih cepat berkembang dan terus diminati oleh masyarakat luas atau konsumen jika memiliki strategi usaha yang baik mulai dari tahap produksi pengolahan sampai ke pemasaran.

Suatu produk dapat dikatakan baik dan menarik tidak hanya dirasakan dari rasa saja namun bagaimana strategi pengemasan produk, selama ini pengemasan produk kemplang tunu di Desa Tanjung Pering ini masih sangat sederhana dan belum melakukan pengemasan dengan model yang menarik. Pengemasan kemplang tunu di Desa Tanjung Pering masih mengutamakan bahan plastik bening panjang dan pengikatnya potongan tali rapia yang sudah dikecilkan. Bentuk pengemasan yang demikian masih sangat ramai ditemukan dipinggir-pinggir jalan ataupun di kios penjualan kerupuk kemplang tersebut. Untuk itu perlu diadakannya inovasi dan kreativitas pelaku industri kerupuk kemplang untuk mengemas produknya dengan semenarik mungkin karena dapat meningkatkan jumlah peminat kemplang tunu yang lebih unik dan bernilai jual yang tinggi. Sehingga dengan metode strategi pengemasan (Packaging) ini dapat meningkatkan jumlah produksi dan pendapatan karena tingginya permintaan konsumen terhadap produk kemplang tunu yang dikemas dengan menarik.

## METODE

Kegiatan pengabdian dengan judul "Pendampingan Pengelolaan Industri Kemplang Tunu dengan Menerapkan Strategi Packaging di Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir" ini dilaksanakan di Desa Binaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yakni Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan.

Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode tanya jawab/pengenalan serta



pendampingan yang dimulai dengan pemaparan materi oleh tim pengabdian tentang cara promosi produk lokal, kebijakan dan strategi pengembangan UMKM, dan tata cara pengemasan dan promosi produk. Kemudian tim pengabdian membuka sesi tanya jawab dengan khalayak sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu 25 orang pelaku usaha UMKM atau Pengelola industri Kemplang Tunu di Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir. Kegiatan pengabdian ini akan dievaluasi dengan cara memberikan kuesioner. Menurut Sugiyono (2014), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab responden.

## HASIL

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat tahun 2022 ini diadakan di Desa Tanjung Pering yang merupakan Desa binaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku industri kemplang tunu di Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara tentang pentingnya inovasi dan kreativitas terhadap packaging dalam meningkatkan produksi. Sebelum hari berlangsungnya kegiatan, 3 anggota tim pengabdian melakukan koordinasi dengan Kepala Desa Tanjung Pering, Kelompok UMKM terkait waktu kegiatan dan tempat berlangsungnya kegiatan.

Pada hari pengabdian, tim pengabdian hadir di salah satu rumah kelompok UMKM Desa Tanjung Pering yang akan digunakan sebagai tempat kegiatan, Pembukaan kegiatan dilakukan dengan sambutan dari ketua tim pengabdian, Dr. Raniasa Putra, S.IP., M.SI. setelah sambutan dari ketua tim dilanjutkan dengan doa bersama sebelum memasuki materi utama dari kegiatan pengabdian.

Materi pertama dari kegiatan pengabdian ini disampaikan oleh anggota pengabdian, Januar Eko Aryansyah, S.IP., S.H., M.SI (Gambar 1) yang membahas mengenai promosi dan pengembangan produk UMKM. Pada materi ini, dijelaskan mengenai pentingnya mengembangkan produk UMKM mulai dari perluasan promosi melalui ig, shopee, tokopedia dll dan di akhir materi pertama ini, dijelaskan bahwa di era saat ini sangat diperlukan merk atau brand yang sangat menjual sehingga mudah di ingat dan dipahami konsumen dan HAKI sebagai hak cipta.



**Gambar 1.** Materi Pertama : promosi dan pengembangan produk UMKM

Materi kedua disampaikan oleh anggota pengabdian, Yusuf Abror, S.I.P., M.A (**Gambar 2**) yang membahas mengenai strategi pengemasan dan promosi produk UMKM. Pada materi ini, dijelaskan mengenai bagaimana strategi seharusnya dilakukan dalam pengemasan dan



promosi produk bagaimana kemasan yang baik dan menarik dan awet tidak mudah lempam. dan di akhir materi kedua ini, dijelaskan bahwa pada saat ini pengaruh kemasan sangat mempengaruhi minat konsumen karena mampu menambah nilai dan fungsi kemasan itu sendiri dan menjadi pembeda dari produk lainnya.

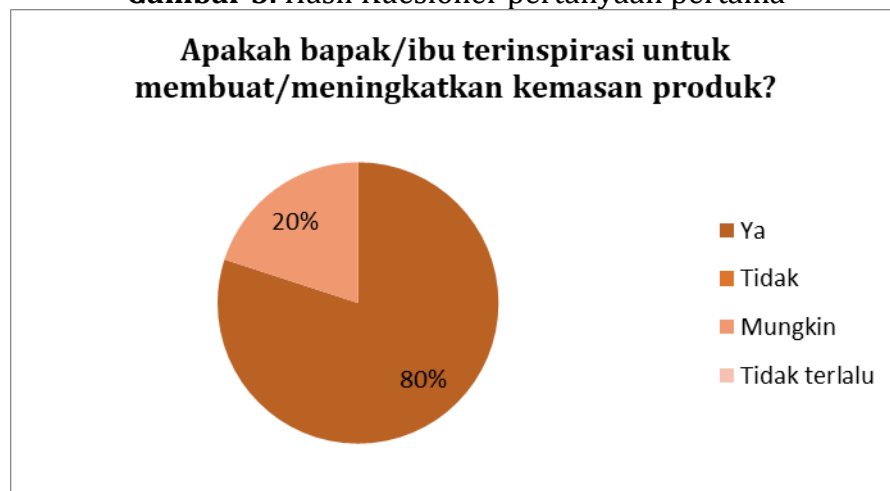


**Gambar 2.** Materi Kedua : strategi pengemasan dan promosi produk UMKM

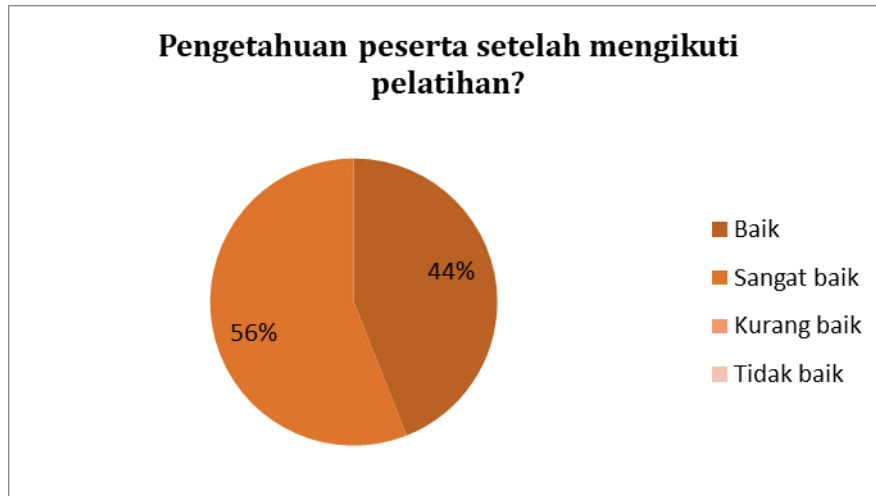
Setelah para peserta mendapatkan materi dan mempraktikkan langsung cara menggunakan kemasan yang baik, para peserta diberikan questioner untuk mengetahui taraf pengetahuan atas materi yang telah diberikan. **Gambar 3-5** merupakan hasil jawaban para peserta terhadap beberapa pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.



**Gambar 3.** Hasil Kuesioner pertanyaan pertama



**Gambar 4.** Hasil Kuesioner pertanyaan kedua



**Gambar 5.** Hasil kuesioner pertanyaan ketiga

Secara lebih lanjut dapat dilihat seberapa jauh pengetahuan dan pemahaman yang didapatkan oleh peserta dengan adanya kegiatan pengabdian di Desa Tanjung Pering ini membuat mereka semakin termotivasi untuk mengenal dan memperoleh ilmu mengenai inovasi dan kreativitas pada packaging produk dan merk. Keterbatasan para pelaku UMKM membuat kembali bersemangat untuk memperoleh ilmu dari kegiatan ini. Hal ini tercermin dari hasil kuesioner yang diperoleh dan semangat mereka mengikuti pengabdian ini, Diharapkan ilmu yang diberikan pada kegiatan ini dapat diterapkan dan menjadi bekal mereka menjadi lebih baik dari sebelumnya.

## DISKUSI



**Gambar 6.** Diskusi peserta dan tim pengabdian

Berdasarkan hasil umpan balik dari kuesioner yang telah diberikan kepada peserta ada beberapa pendapat dan saran peserta terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan di Desa Tanjung Pering pada tanggal 13 Agustus 2022. Secara keseluruhan pendapat dari para peserta kegiatan ini adalah positif, Mereka beranggapan bahwa dengan adanya kegiatan ini dapat menambah wawasan yang bermanfaat bagi peserta. Peserta merasa memiliki pengetahuan dan dapat menginspirasi dari kegiatan pengabdian ini. Saran mereka untuk kegiatan selanjutnya yakni mereka menghendaki agar kegiatan seperti ini rutin dilaksanakan.



**Gambar 7.** Foto Bersama Peserta dan Tim Pengabdian

Tidak hanya berhenti pada kunjungan dan pelatihan, kegiatan pengabdian masyarakat ini juga turut melakukan tindak lanjut untuk memantau pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan ini. Tindak lanjut ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam di tanggal 15 Agustus 2022 dengan mendatangi para pelaku usaha Desa Tanjung Pering, Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan, **Tabel 1**. Merupakan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap pelaku usaha.

No	Nama	Pertanyaan	Jawaban
1.	Ibu Desi	Apakah setelah pelatihan, ibu sudah memiliki rencana memperbaiki packaging usaha ibu?	Ya. Saya sudah memikirkan bagaimana rencana packaging yang akan saya gunakan, tetapi saya masih terkendala dalam hal pembuatan desain yang akan digunakan pada kemasan.
2.	Ibu Hayati	Apakah terdapat perbedaan dari segi branding ketika produk usaha sudah memiliki merk?	Ya. Tentu terdapat perbedaan yang cukup terasa dari segi branding, karena konsumen lebih mengetahui dan mudah mengingat merk yang ada dengan merk yang tidak ada.
3.	Ibu Azzema	Bagaimana cara ibu menggunakan dan memanfaatkan aplikasi desain untuk packaging usaha ibu?	Cara saya menggunakan aplikasi desain ialah dengan meminta bantuan anak saya untuk mengajarkan dan mengingatkan kembali bagaimana cara penggunaannya.
4.	Bapak Rusli	Apakah bapak terdapat kendala dalam melakukan pembuatan kemasan dan merk?	Ya. Saya terkendala dalam pembuatan kemasan dan merk seperti percetakan yang sangat jauh tempatnya dan membuat saya sulit melakukan mobilisasi.

**Tabel 1.** Hasil Tindak Lanjut.

Berdasarkan deskripsi wawancara pada **Tabel 1**, Maka dapat dilihat bahwa perlu dilakukannya pendampingan lebih lanjut kegiatan monitoring secara mendalam mengenai pengemasan produk dengan baik, dari pembuatan rancangan, desain, logo, merk, hingga pencetakan dan penggunaan kemasan produk sehingga penjualan lebih baik dan dapat membantu para UMKM di Desa Tanjung Pering.



## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Kegiatan PKM Pendampingan Pengelolaan Industri Kemplang Tunu di Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir belum memahami pemahaman tentang strategi packaging yang baik.
2. Usaha Kemplang Tunu merupakan salah satu star up bagi warga Desa Tanjung Pering, kegiatan ini memberikan pemahaman kepada pelaku industri tentang pentingnya inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan produksi.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Sriwijaya atas pembiayaan yang diberikan dan Kepala Desa Tanjung Pering yang telah memberikan izin untuk melaksanakan kegiatan ini. Tak lupa pula kami ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tanjung Pering baik secara langsung maupun tidak langsung.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Assauri, Sofyan. 2002. Manajemen Pemasaran dasar-dasar, Konsep dan strategi. Edisi Pertama, cetakan Ketujuh, Penerbit PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- [2] Yurtseven, H. R., & Kaya, O. 2011. Local food in local menus: The case of Gokceada. *Tourismos*, 6(2), 263-275.
- [3] Terry, G. R. (2004). Prinsip-prinsip manajemen, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- [4] Danger, E.P. 1992. Memilih Warna Kemasan. Jakarta: PT. Pustaka Bina Pressindo.
- [5] Roth, Laszlo, 1990. Packaging Design: An Introduction. New York.
- [6] Sumber Data : Dinas Perindustrian, Perdagangan dan UMKM Kabupaten Ogan Ilir

2132

JPM

Jurnal Pengabdian Mandiri

Vol.1, No.11, November 2022

---



**HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN**