

STRATEGI PENJUALAN KERUPUK KEMPLANG PEDAS DI DESA LEMBAK MELALUI MAHASISWA KKN TEMATIK

Cindy Putri Mareta¹, Endah Dewi Purnamasari², Leriza Desitama Anggraini³, Try Wulandari⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang
email : putrimaretacindy09@gmail.com

Abstrak

Desa Lembak, dengan kekayaan tradisi dan kearifan lokalnya, dikenal sebagai pusat pembuatan kerupuk kemplang yang lezat dan khas. Kerupuk kemplang tidak hanya makanan ringan biasa, melainkan bagian penting dari warisan kuliner Desa Lembak yang diwariskan dari generasi ke generasi. Untuk menjaga keberlanjutan industri kerupuk kemplang pedas di Desa Lembak, diperlukan strategi penjualan yang efisien, memperhatikan potensi pasar yang besar dan kualitas produk yang unik. Pengabdian masyarakat ini bertujuan mengembangkan strategi penjualan kerupuk kemplang pedas dengan pendekatan tematik. Melibatkan mahasiswa dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik, pendekatan partisipatif dan kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan, merumuskan strategi penjualan, dan menerapkannya di masyarakat. Hasilnya mencakup identifikasi kendala penjualan melalui survei lapangan dan wawancara, serta pengembangan strategi branding dan pemasaran online untuk meningkatkan daya saing produk. Program KKN Tematik melibatkan berbagai pihak, termasuk pengusaha lokal dan pakar pemasaran, menciptakan sinergi antarstakeholder. Implementasi strategi penjualan berhasil meningkatkan penjualan kerupuk kemplang pedas, membuka akses pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha. Dampak positif juga terlihat dalam pembentukan jaringan kerjasama antarstakeholder, potensial untuk terus mendukung pengembangan ekonomi lokal. Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan masyarakat Desa Lembak melalui peningkatan penjualan produk lokal dengan memanfaatkan potensi ekonomi lokal dan menghadapi tantangan pasar global secara efektif.

Kata Kunci : Strategi, Kerupuk Kemplang, Pasar Global

Abstact

Lembak Village, with its rich traditions and local wisdom, is known as the center for making delicious and distinctive kemplang crackers. Kemplang crackers are not just an ordinary snack, but an important part of the culinary heritage of Lembak Village which is passed down from generation to generation. To maintain the sustainability of the spicy kemplang cracker industry in Lembak Village, an efficient sales strategy is needed, paying attention to the large market potential and unique product quality. This community service aims to develop a sales strategy for spicy kemplang crackers with a thematic approach. Involving students in Thematic Real Work Lecture (KKN) activities, participatory and qualitative approaches are used to identify problems, formulate sales strategies, and implement them in the community. The results include identifying sales obstacles through field surveys and interviews, as well as developing branding and online marketing strategies to increase product competitiveness. The Thematic KKN program involves various parties, including local entrepreneurs and marketing experts, creating synergy between stakeholders. The implementation of the sales strategy succeeded in increasing sales of spicy kemplang crackers, opening wider market access, and increasing income for business actors. Positive impacts can also be seen in the formation of collaborative networks between stakeholders, with the potential to continue to support local economic development. Overall, this service makes a real contribution to the development of the Lembak Village community by increasing sales of local products by utilizing local economic potential and facing global market challenges effectively.

Keywords: Strategy, Kemplang Crackers, Global Market

PENDAHULUAN

Desa Lembak adalah desa yang memiliki banyak tradisi dan kearifan lokal, telah lama dikenal sebagai tempat pembuatan kerupuk kemplang yang lezat dan khas. Ini bukan hanya makanan ringan biasa, tetapi juga bagian penting dari warisan kuliner Desa Lembak yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Untuk menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan industri kerupuk kemplang pedas Desa Lembak, sangat penting untuk membangun strategi penjualan yang efisien mengingat potensi pasar yang besar dan kualitas produk yang unik. Pasar kuliner saat ini tidak hanya mengutamakan rasa, tetapi juga menekankan pada nilai tambah, inovasi, dan pemasaran yang cerdas.

Dalam menghadapi persaingan global, pelaku usaha kerupuk kemplang di Desa Lembak perlu memahami betul dinamika pasar dan menerapkan strategi penjualan yang sesuai dengan tren kontemporer.

Industri rumah tangga menunjukkan jumlah unit usaha yang lebih unggul jika dibandingkan dengan kelompok industri sedang dan besar. Keunggulan ini dapat diatribusikan kepada ketahanan ekonomi yang kuat yang dimiliki oleh industri rumah tangga. Industri ini memegang peran terbesar, mencapai sekitar 99,19% dari total usaha di sektor industry, meskipun lokasi pengolahan industri berada di daerah perdesaan, industri tetap menjadi indikator kemajuan suatu daerah. Sebagai contoh, industri rumahan kerupuk di Desa Lembak menjadi bukti bahwa sektor industri kecil dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Masyarakat Desa Lembak, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, awalnya tertarik untuk bekerja di industri kerupuk kemplang karena tidak memerlukan tingkat pendidikan tinggi, terutama bagi para ibu di Desa Lembak.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu bentuk implementasi dari tri dharma perguruan tinggi yang melibatkan mahasiswa dalam proses pembelajaran dan pengembangan masyarakat. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik menjadi salah satu wadah utama bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah secara langsung di masyarakat. Dalam konteks ini, jurnal pengabdian mahasiswa KKN Tematik merupakan sarana untuk merekam dan menyajikan hasil kegiatan pengabdian tersebut, dengan fokus pada tema tertentu yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat

Kerupuk kemplang pedas merupakan produk lokal yang memiliki nilai ekonomi dan potensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Lembak.. Kerupuk kemplang pedas, sebagai salah satu produk kuliner khas daerah, memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat Desa Lembak. Selain sebagai sumber pendapatan, pengembangan strategi penjualan kerupuk kemplang pedas diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Pentingnya merancang strategi penjualan yang efektif tidak dapat diabaikan mengingat potensi ekonomi lokal yang dapat ditingkatkan melalui pengembangan produk unggulan seperti kerupuk kemplang. Globalisasi dan perkembangan teknologi membuka peluang baru, namun pada saat yang bersamaan, masyarakat setempat mungkin menghadapi kendala dalam mengakses pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pengabdian ini dirancang untuk memberikan solusi yang berkelanjutan melalui penerapan strategi penjualan yang tepat dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Salah satu potensi yang dapat dikembangkan adalah kerupuk kemplang pedas, produk lokal yang memiliki nilai jual tinggi namun belum sepenuhnya terekspos secara maksimal di pasar. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat kami akan difokuskan pada strategi peningkatan penjualan produk ini, dengan harapan dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat setempat. Dalam pengembangan program ini, kami akan menerapkan pendekatan tematik, yakni menggabungkan berbagai disiplin ilmu dan melibatkan berbagai pihak terkait, seperti pengusaha lokal, pakar pemasaran, dan komunitas masyarakat. Melalui kerjasama ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang komprehensif dan berkelanjutan untuk mengatasi tantangan dalam penjualan kerupuk kemplang pedas di pasar lokal maupun regional.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di salah satu rumah produksi masyarakat desa Lembak, yang Dimana kegiatan pengabdian ini dilakukan selama 40 hari tepatnya di Desa Lembak. Adapun kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dalam penjualan kerupuk kemplang pedas di Desa Lembak, merumuskan strategi penjualan yang dapat meningkatkan daya saing dan pemasaran produk kerupuk kemplang pedas dan menerapkan strategi tersebut secara nyata melalui program KKN Tematik.

Untuk mencapai tujuan tersebut, pengabdian ini akan menggunakan pendekatan partisipatif dan kualitatif. Langkah-langkah penelitian melibatkan survei lapangan, wawancara dengan pemangku kepentingan, analisis data, dan implementasi strategi penjualan secara nyata. Dengan demikian, jurnal pengabdian mahasiswa ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan masyarakat Desa Lembak melalui peningkatan penjualan produk lokal, yaitu kerupuk kemplang pedas. Hasil kegiatan pengabdian ini terdiri dari Kegiatan Persiapan dan Survei, Kegiatan Pelaksanaan, dan Kegiatan Evaluasi yang dijelaskan sebagai berikut :

Tahap Persiapan dan Survei

Pada tahap ini kami menyusun program strategi penjualan kerupuk kemplang biasa menjadi produk lain menjadi kerupuk kemplang pedas. Selanjutnya kami melakukan survei mengelilingi pelaku UMKM desa Lembak dengan melakukan wawancara guna mencari informasi kemplang. Setelah kami melakukan Survei ternyata di desa Lembak ini masih sedikit yang membuat olahan inovasi kemplang dikarenakan minimnya inovasi Masyarakat. Oleh karena itu kelompok kami mencoba membuat produk kemplang yg renyah dan pedas.



Gambar 1. Survey Kemplang Masyarakat Lembak

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan cara sosialisasi kepada warga desa petanang melalui beberapa tahapan yaitu:

- Tahap pertama, kami mencoba sendiri membuat kemplang yg renyah dan pedas menggunakan resep yang kami racik sendiri.
- Tahap kedua, kami memaparkan materi mengenai cara membuat kemplang pedas tersebut dengan cara mempresentasikan didepan Masyarakat desa Lembak.
- Tahap ketiga, kami memberikan sampel produk kemplang pedas yang kami buat kepada warga desa Lembak agar bisa dicicipi sebagai tasted produk terbaru.



Gambar 2. Proses Penjemuran dan Proses Pembuatan Kemplang



Gambar 3. Proses Pengemasan dan Proses Pemasangan Label



Gambar 4. Proses Pemberian Sampel dan Produk Kemplang Pedas

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Lembak menunjukkan beberapa temuan penting yang berkaitan dengan penjualan kerupuk kemplang pedas. Pertama-tama, identifikasi permasalahan dilakukan melalui survei lapangan dan wawancara dengan pelaku usaha lokal serta konsumen potensial. Ditemukan bahwa kendala utama dalam penjualan kerupuk kemplang pedas melibatkan kurangnya pemahaman akan tren pasar dan kurangnya strategi pemasaran yang efektif.

Melalui kegiatan pengabdian ini, dikembangkanlah beberapa strategi penjualan yang dapat meningkatkan daya saing dan pemasaran produk kerupuk kemplang pedas Desa Lembak. Pertama, diperkenalkannya branding yang lebih kuat untuk meningkatkan citra produk dan memberikan nilai tambah kepada konsumen. Branding yang baik dapat menciptakan identitas yang mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing produk.

Selain itu, strategi penjualan melibatkan penggunaan media sosial dan pemasaran online untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi, memanfaatkan platform online dapat menjadi langkah strategis untuk mengatasi kendala akses pasar. Dengan demikian, melalui pelatihan dan pendampingan terhadap pelaku usaha, pengabdian ini mendorong penerapan media sosial dan pemasaran online sebagai alat efektif untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk.

Implementasi strategi penjualan dilakukan melalui program KKN Tematik yang melibatkan mahasiswa, pengusaha lokal, pakar pemasaran, dan komunitas masyarakat. Program ini menciptakan sinergi antara berbagai disiplin ilmu dan pihak terkait, menghasilkan solusi yang komprehensif. Selain itu, melalui kegiatan ini, mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah mereka peroleh di bangku kuliah secara langsung, sementara masyarakat setempat mendapatkan manfaat langsung dari strategi penjualan yang diterapkan.

Dampak positif dari pengabdian ini terlihat dalam peningkatan penjualan kerupuk kemplang pedas Desa Lembak. Penerapan strategi branding dan pemasaran online berhasil meningkatkan daya saing produk, mengakses pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha. Selain itu, melalui partisipasi aktif masyarakat dalam program KKN Tematik, terbentuklah jaringan kerjasama antarstakeholder yang berpotensi untuk terus mendukung pengembangan ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, jurnal pengabdian mahasiswa ini mencatat bukti kontribusi nyata dalam pengembangan masyarakat Desa Lembak melalui peningkatan penjualan produk lokal. Dengan pendekatan partisipatif dan kualitatif, pengabdian ini berhasil menghadirkan solusi yang sesuai dengan dinamika pasar kontemporer, memperkuat ekonomi lokal, dan memberikan manfaat positif bagi masyarakat setempat.

SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil kegiatan pengabdian di atas maka dapat disimpulkan bahwa Desa Lembak memiliki potensi ekonomi yang besar melalui produk lokalnya, yaitu kerupuk kemplang pedas. Namun, untuk mengoptimalkan potensi ini, diperlukan strategi penjualan yang efektif mengingat dinamika pasar yang terus berkembang. Pengabdian masyarakat, khususnya melalui program KKN Tematik, menjadi langkah konkrit dalam mengidentifikasi, merumuskan, dan menerapkan strategi penjualan yang tepat.

SARAN

Saran yang dapat diambil dari hasil kegiatan pengabdian di atas adalah pentingnya terus menerapkan strategi penjualan yang inovatif dan sesuai dengan perkembangan zaman. Penggunaan

branding yang kuat dan pemasaran online melalui media sosial menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Selain itu, kerjasama antarstakeholder seperti mahasiswa, pengusaha lokal, dan pakar pemasaran perlu terus diperkuat untuk menciptakan solusi yang komprehensif. Selanjutnya, pendekatan partisipatif dan kualitatif dalam pengabdian masyarakat dapat menjadi model yang layak diadopsi untuk pengembangan ekonomi lokal di berbagai daerah. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Desa Lembak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Rektor Universitas Indo Global Mandiri atas terselenggaranya Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T). Kami sampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya juga kepada masyarakat Desa mangkujajar khususnya dan pelaku UMKM Keripik Kemplang di Desa Lembak yang telah bersedia menerima kami untuk melaksanakan program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN).

DAFTAR PUSTAKA

- Alfianti, S. (2022). Sosialisasi Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Umkm Potensi Desa Petanang Melalui Peningkatan Kemampuan Sumber Daya Manusia Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat(Prima).
- Ardiansyah. (2022). Brandingdan Pemasaran Kemplang Panggang Desa Tebing Gerinting Selatan Kecamatan Indralaya Selatan. Kawanad : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Dwiwansi, P. (2022). Penyuluhan Digitalisasi Pemasaran Produk Umkm Kemplang Ubi Di Desa Talang Nangka, Kab. Muara Enim, Kec. Lembak . Jurnal Pengabdian Masyarakat .
- Halin, H. (2022). Pemasaran Dalam Berwirausaha Melalui E-Commerceuntuk Meningkatkan Kinerja Pelaku Ukm Kerupuk Kemplang Di Desa Lembak. Jurnal Manajemen & Akuntansi Prabumulih .
- Pratama, R. (2022). Pengabdian Kkn Tematik Mahasiswa Uigm Pelatihan Peningkatan Omset Usaha Keripik Nanas Dan Desain Kemasan Penjualan E-Commercedesa Kemang. Jurnal Pengabdian Mandiri.
- Rusminah, S. (2023). Digital Marketing Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Umkm Keripik Kemplang Di Desa Mangkujajar Kabupaten Lamongan. Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Sari, D. R. (2022). Pkm Pengembangan Produk Lokal Singkong Menjadi Keripik Singkong Rasa Balado Khas Desa Petanang Program Mbkm Kkn Tematik. Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat(Prima).