

Penyuluhan Branding Kemasan Kemplang dan Dodol Produk UMKM Desa Tebing Gerinting Indralaya Selatan

Suhendra¹, Ardiansyah², Treacy Austin³

Prodi Ilmu Komunikasi, STISIPOL Candradimuka, Palembang, Indonesia.

²Prodi Ilmu Politik, STISIPOL Candradimuka, Palembang, Indonesia.

³Prodi Ilmu Administrasi Negara, STISIPOL Candradimuka, Palembang, Indonesia,

* Corresponding author email: Suhendraa88@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima: 28 Desember 2022

Direvisi: 15 Januari 2023

Disetujui: 26 Januari 2023

Tersedia online:

Februari 2023

Keywords:

Branding,
Kemasan,
Penyuluhan,
Produk UMKM

ABSTRAK

Penyuluhan ini merupakan salah bentuk tanggung jawab sebagai wujud pelaksanaan tridarma perguruan tinggi dalam mengimplementasikan ilmu kepada masyarakat. Dalam penyuluhan ini materi menjelaskan strategi membranding kemasan pada produk UMKM. Produk UMKM unggulan dari desa tebing gerinting selatan adalah kemplang panggang, dan dodol. Kedua produk tersebut masih di jual secara manual atau di jual di pinggir jalan lalu lintas desa tersebut. Untuk kemasan sendiri masih sangat sederhana yaitu plastic putih bahkan tanpa label. Dengan menggunakan metode kualitatif, wawancara pelaku usaha UMKM dan observasi lapangan langsung. Penulis tertarik untuk mengedukasi pelaku usaha tersebut supaya bisa membranding kemasan sehingga memiliki nilai jual tinggi dan berdampak pada kesejahteraan ekonomi desa tersebut. Dengan memanfaatkan media social dan membuat label branding pada produk UMKM. Tujuan dari diadakannya penyuluhan ini bisa di lirik pelancong lokal maupun internasional. Kemasan sangat penting sehingga menarik wisatawan berkunjung ke desa tebing gerinting dan terciptanya market digital sehingga bisa mempermudah produk UMKM desa tebing gerinting selatan dapat dikenal lebih luas lagi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
Copyright © 2023 (The Author's).

1. PENDAHULUAN

Modernisasi atau era digitalisasi merupakan proses pergerakan zaman yang dialami dan dilakukan suatu negara dalam mewujudkan negeri yang maju dan menjadi cerminan bagi negara-negara lain. Modernisasi dibuat guna meningkatkan pola pikir dan mutu serta moto hidup masyarakat tradisional pada suatu wilayah ataupun negara. Setelah modernisasi dijalankan akan timbul inovasi-inovasi baru pada segala lini kehidupan, salah satunya pada usaha makanan dan minuman. Pada era digitalisasi usaha makanan dan minuman semakin modern dan memiliki inovasi-inovasi terbaru.

Saat ini Kota Palembang telah menjadi salah satu tujuan wisata bagi turis lokal maupun mancanegara. Daya tarik kota Palembang terletak pada tempat wisata, kuliner, pekan olahraga, acara kebudayaan dll. Berbagai upaya dilakukan pemerintah untuk meningkatkan jumlah pengunjung,

mulai dari perbaikan infrastruktur, perbaikan objek wisata, menyelenggarakan pentas budaya dan promosi kuliner. Saat ini, wisata kuliner belum menunjukkan peningkatan yang signifikan [10]. Hal ini akan cepat terwujud jika masyarakat turut serta berinovasi dan mempromosikan kuliner lokal Sumatera Selatan. Internet sebagai media penyaluran produk inovasi tersebut ke publik akan jauh lebih mudah, memberikan dampak buruk pada aspek ekonomi masyarakat di Indonesia khususnya pada Desa Tebing Gerinting Kecamatan Indralaya Selatan, Ogan Ilir dan pelaku usaha dituntut untuk menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap produk mereka agar menarik minat masyarakat luas Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Desa Tebing Gerinting, Kecamatan Indralaya Selatan, masyarakat berlomba-lomba untuk membuat suatu inovasi baru dan cara promosi yang menarik dan kreatif guna mendapatkan minat konsumen terhadap produk yang mereka jual serta berpengaruh pada pendapatan mereka. Terdapat banyak pelaku usaha yang berada disekitaran desa Tebing gerinting dengan berbagai macam usaha salah satunya usaha kemplang panggang, dodol dan semprong dan masih banyak usaha lainnya.

Hal inilah membuat penulis berinisiatif membuat seminar penyuluhan tentang "Penyuluhan branding kemasan produk UMKM Masyarakat Tebing Gerinting Selatan. Pada penyuluhan tersebut langsung di hadiri narasumber yang sangat berpengalaman di dunia branding yaitu Tiara Nesva Laraksana, S.Psi Co Founder Digital Agency Payo Kreative yang memiliki banyak pengalaman dalam bidang membranding Produk-produk lokal di Sumatera Selatan dan Suhendra sebagai Dosen Komunikasi memaparkan mengenai strategi membranding produk UMKM supaya bisa goes to global. Untuk memberikan dan meningkatkan semangat para UMKM di Desa Tebing Gerinting agar tetap berinovasi dan kreatif di tengah persaingan penjualan mereka. Pada dasarnya masyarakat Palembang merupakan masyarakat yang konsumtif terhadap kuliner lokal [9], potensi wisata kuliner dapat mendukung potensi pariwisata [1] sehingga dapat menunjang program visit to global village. Berdasarkan pada latar belakang yang di uraikan diatas maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :Bagaimana cara meningkatkan Kualitas Produk UMKM Desa dan bagaimana cara membranding kemasan pada produk usaha masyarakat desa Tebing Gerinting secara digital? Masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin kemplang, terutama untuk masyarakat desa tebing gerinting dalam menjalankan perekonomian local suatu daerah sangat berpengaruh bagi perkembangan perekonomian secara nasional. Ekonomi merupakan tiang utama dalam kesejahteraan masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Maksud dari pelaksanaan kegiatan ini yaitu untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas produk desa agar berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas, tak hanya di desa saja melainkan dapat dikenal di kota-kota lain dan Internasional. dan untuk menjebatani pelaku UMKM agar ikut serta dalam pembuatan NPWP bagi pelaku UMKM. Dengan menggunakan metode kualitatif, wawancara mendalam serta observasi lapangan langsung Pada 4 Kepala Dusun di desa tebing gerinting selatan. Dengan tujuan diharapkan setelah kegiatan penyuluhan ini terlaksana UMKM tersebut dapat meningkatkan kualitas produk UMKM dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM desa Tebing Gerinting agar lebih inovatif dan berkembang serta meningkatkan nilai jual dan daya tarik masyarakat dan produk UMKM desa dapat di kenal di secara global. Masyarakat sebagai pelaku UMKM sebagai produsen penghasil olahan makanan ikan khas daerah berupa kemplang membuat inovasi produk untuk dapat sesuai dengan standar pasar nasional agar mampu bersaing dan mendapat

tempat di hati pecinta kemplang dengan kemasan dan label yang menarik [7].

Data pelaku UMKM di desa tersebut, kemudian kami melakukan wawancara mengenai kependudukan, demografis dan keadaan lingkungan sekitar. observasi yang kami lakukan di desa tebing gerinting menghasilkan bahwa potensi yang ada di antaranya makanan ringan seperti kemplang panggang, dodol dan kue semprong, dimana makanan tersebut mereka memproduksinya sendiri, produk tersebut merupakan makanan tradisonal dan ciri Khas desa Tebing Gerinting, Indralaya Selatan, Ogan Ilir.

Menurut hasil pengamatan kami, usaha yang terdapat di Desa Tebing Gerinting memiliki peluang untuk berkembang namun ada beberapa hal yang harus di evaluasi dan juga dikembangkan agar kedepannya dapat dikenal oleh masyarakat umum, tak hanya terkenal di desa setempat melainkan dapat dikenal di segala penjuru secara global. selanjutnya kami melihat proses pembuatan hingga pengemasan dari ketiga produk tersebut, tetapi untuk produk dodol sendiri masyarakat desa tebing gerinting membuat hanya untuk pesanan saja, atau di hari-hari raya seperti lebaran idul fitri dan idul adha, sehingga kami hanya melihat produksi dan pengemasan Kelempang saja, selanjutnya mereka menjualkan produknya langsung di depan rumah mereka, dimana rumah penduduk sekitar terdapat dipinggir jalan, kami melakukan wawancara kepada masyarakat yang berjualan di pinggir jalan menanyakan perihal pendapatan mereka sehari, namun dari hasil tersebut untuk pendapatan mereka sangatlah kecil. dalam hal ini kami memberikan masukan mengenai inovasi dan ide agar bisa produk tersebut bisa dikembangkan untuk bisa bersaing dengan produk-produk lainnya yang lebih moderen.

Untuk bagian promosi kita meningkatkan promosinya lewat media sosial dengan sistem promosi yang apik, unik dan menarik pembeli. kita membantu kebutuhan yang diperlukan oleh produk UMKM, selain itu penulis ikut serta dalam Proses pembuatan Kemplang di desa tebing gerinting. Ruang lingkup kegiatan pengabdian tidak membahas tentang market penjualan. Rencana penjualan kemplang tunu akan dilakukan secara (1) Konvensional yaitu dititip kebeberapa toko (2) Online yaitu melalui aplikasi penjualan produk UMKM atau melalui media sosial yang lagi trend saat ini. Kegiatan pemasaran ini dapat dilakukan oleh kelompok PkM itu sendiri atau dengan orang lain. Perhitungan untung untuk tahap pemasaran ini akan dihitung kemudian [2].

Kegiatan yang telah dilakukan dalam program pengabdian kepada masyarakat dengan tema Penyuluhan Branding kemasan produk UMKM adalah sebuah penyuluhan untuk meningkatkan pendapatan pedagang UMKM di Desa Tebing Gerinting, tujuan dari kegiatan ini untuk memberikan cara tips and trik dalam media mempromosikan dagangan melalui media sosial dan memberikan cara pengemasan makanan yang unik dan menarik agar dapat menarik minat pembeli. guna meningkatkan pemberdaya serta kesejahteraan masyarakat melalui kewirausahaan yang selanjutnya diharapkan dapat menjadi masyarakat yang mandiri dan bersaing pada era moderen ini. pengembangan yang kami lakukan dalam hal branding dan marketing produk. peluang bisnis UMKM sangat menjajikan masyarakat desa tebing gerinting karena diminati oleh banyak kalangan.

2.1 Waktu Kegiatan

Waktu Kegiatan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat dengan tema penyuluhan branding produk UMKM tahun2022 yaitu mulai pada tanggal 1 Agustus 2022 sampai dengan 31 Agustus 2022 dan tempatnya di Desa Tebing Gerinting, Indralaya Selatan, Ogan Ilir. Acara Penyuluhan yakni tanggal 22 Agustus 2022 di Kantor Kepala Desa Tebing Gerinting, Indralaya

Selatan, Ogan Ilir.

2.2 Luaran/Target

Sebanyak 37 Pelaku UMKM yang diikuti sertakan didalam seminar penyuluhan UMKM yang bertema "Penyuluhan branding pada kemasan produk UMKM " yakni untuk menjembatani antara pelaku UMKM dalam proses pembuatan NPWP pelaku usaha kecil di desa Tebing Gerinting.

Mengajak para pelaku UMKM untuk membuat NPWP, NIB dan Nomor Izin usaha guna mempermudah pelaku usaha untuk mendapatkan fasilitas dari pemerintah khususnya Dinas Perdagangan Ogan Ilir. dimana pada saat acara penyuluhan ini dihadiri oleh ketua Dinas Perindustrian dan Perdagangan Ogan Ilir, dinas terkait memberikan dan memfasilitasi seluruh kebutuhan pelaku UMKM

3. HASIL & PEMBAHASAN

Dari hasil observasi di lapangan dan kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan senin, 22 Agustus 2022 di kantor kepala desa Tebing Gerinting, Indralaya Selatan. Yakni mengajak sebanyak 37 peserta yang hadir ikut serta bergabung dan membuat NPWP, NIB dan Nomor Izin Usaha dengan gratis guna mempermudah pelaku usaha untuk mendapatkan fasilitas dari pemerintah khususnya Dinas perindustrian dan Perdagangan Ogan Ilir. Mengajarkan bagaimana membuat perizinan tersebut, cara tips and trik marketing dan cara pengemasan makanan yang baik agar menarik minat pembeli, serta mengajarkan pelaku usaha untuk membuat akun instagram, youtube dan lain lain guna mempromosikan dagangan melalui media sosial.

Media social branding sangatlah penting bagi pelaku bisnis online sebagai langkah konsisten yang harus dilakukan untuk memperkenalkan brand bisnis diawal merintis bisnis hingga dapat mempertahankan brand bisnis tersebut sepanjang masa. Bagi kamu pelaku pelaku bisnis online yang masih bingung bagaimana cara nya membangun media social branding yang baik. Branding ini sebagai cara meningkat kan kualitas pemasaran serta memperluas kualitas pemasaran serta memperluas market pasara dari produk dan menjadikan branding ini sebagai pola saing dalam penjualan serta dapat meningkatkan omset atau keuntungan dari produk tersebut. [3].

3.1 Langkah-langkah membangun brand pada produk:

Membranding adalah sebuah hasil bentuk inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas dan pasar secara global. Dengan tujuan menarik konsumen dengan cepat melalui kemasan yang menarik sehingga pelaku usaha UMKM bisa berjalan dengan lancar [4]. Untuk itu ada beberapa tips cara meningkatkan brand pada kemasan produk yaitu:

1. Pilih nama brand yang singkat dan mudah di ingat konsumen

Ini sebuah langkah awal yang paling penting untuk dapat mempersiapkan brand produk bisa di ingat dan mudah di ucapkan oleh konsumen. Dengan cara mengumpulkan dan menulis terlebih dahulu ide-ide nama brand yang akan diinginkan. Lalu dari ide tersebut nama brand bisa dipilih sesuai dengan konsonan atau suka kata supaya tidak terlalu Panjang, nama yang singkat dan jelas akan lebih mudah di ucapkan serta diingat oleh konsumen. Langkah terakhir yaitu pastikan nama brand tidak dipakai oleh orang lain dengan menggunakan mesin pencarian (search engine).

2. Melakukan diferensiasi (ciri khas) produk

Pelaku usaha harus melakukan inovasi supaya bisnis nya berjalan dengan lancar dan sukses.

Perbedaan ini berguna untuk mudah ingat oleh konsumen karena adanya ciri khas pada produk tersebut. Dan tidak hanya pada nama brand saja namun rasa maupun kualitas dari produk tersebut. Selain membutuhkan kreatifitas yang tinggi supaya competitor yang lain tidak menyaingi brand produk kita. Diperlukan sebuah inovasi pada ciri khas produk tersebut dengan keistimewaan yang cepat diingat dan di cari oleh pelanggan atau konsumen.

3. Brand atau logo adalah cerminan produk

Logo dan brand perlu dilakukan sebuah design yang menarik minat pembeli dengan menyisipkan nama atau singkatan brand pada logo akan menambah daya Tarik pembeli pada produk. Memiliki logo dari brand nama sendiri sangat di anjurkan untuk mengurangi kesamaan brand pada produk competitor lain.

4. Mengikuti pameran , bazaar, dan event lainnya

Strategi ini merupakan salah satu peluang untuk memperkenalkan produk usaha supaya di kenal banyak khalayak ramai. Dengan cara ikut serta dalam pameran sebagai peserta lalu pilih lah salah satu stand atau lokasi yang strategis yang bisa di lihat dan terjangkau oleh pembeli dan pengunjung pameran supaya brand atau produk terlihat jelas oleh konsumen. Tidak hanya itu saja perlu di berikan dekorasi yang menarik minat pembeli supaya stand usaha terlihat oleh konsumen sehingga pengunjung tahu bahwa itu produk anda sehingga produk semakin dikenal dan diminati oleh banyak pembeli atau pelanggan.

5. Memfaatkan media social

Maraknya orang menggunakan social media merupakan kemajuan zaman di era digitalisasi saat ini terutama kalangan milenial. Hampir setiap orang tua, muda, dan anak-anak tidak lepas dari gadget atau smartphone menggunakan social media sebagai bentuk interaksi dan mencari hiburan serta mempermudah komunikasi satu sama lainnya. Walaupun untuk sekedar mengisi waktu luang dan kebutuhan pekerjaan dan lain-lain. Media social merupakan sarana yang paling cepat dan efektif untuk melakukan branding usaha. Cara membranding melalui media social paling dengan memanfaatkan Instagram, facebook, twitter, youtube, dan tiktok.

Sebuah produk seharusnya dikemas dengan kemasan yang modern dan praktis sehingga pengembangan usaha ini semakin lirik oleh pelanggan atau konsumen di desa tebing gerinting selatan. Branding kemasan yang menarik tentunya akan mempengaruhi daya beli konsumen sehingga menarik dan mendorong calon pembeli untuk melakukan pembelian , dengan adanya kemasan yang lebih modern dan menarik dapat meningkatkan penjualan dalam suatu produk pelaku UMKM. Terdapat keuntungan yang diperoleh pelaku UMKM dengan menerapkan e-commerce pada proses pemasaran , diantaranya mempermudah penyampaian informasi dari produsen ke konsumen, memperluas jangkauan pemasaran , mempermudah transaksi dan menekan pengeluaran untuk biaya pemasaran. Hanya menggunakan jaringan internet pelaku usaha sudah bisa memasarkan produk atau jasa secara luas ke masyarakat [6].

3.2 Mitra yang Terlibat

Mitra yang dilibatkan dalam kegiatan ini adalah kantor desa Tebing Gerinting kecamatan Indralaya Selatan berserta staf yang berada dibawah koordinasi kepala Desa, serta para pimpinan DISPERINDAG Ogan ilir dan para staf Humas serta 37 pelaku UMKM desa yang sebagai peserta

penyuluhan. Sasaran kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini adalah masyarakat sebagai pelaku usaha UMKM di Desa Tebing Gerinting Selatan. Kegiatan ini setidaknya memiliki target berupa meningkatnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dan pelaku UMKM desa tebing gerinting terkait strategi untuk meningkatkan penjualan produk UMKM kemplang dan dodol melalui perbaikan label dan kemasan yang menarik dan memanfaatkan media social sebagai Platform untuk media pemasaran produk UMKM desa tebing gerinting. Hal ini berdampak terciptanya sumber-sumber sehingga dapat meningkatkan pendapatan mereka yang secara otomatis dapat mengurangi angka kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja bagi ibu-ibu rumah tangga di desa tebing gerinting selatan.

Tebing Gerinting dipilih sebagai lokasi pengabdian dengan pertimbangan mayoritas masyarakatnya banyak menghasilkan olahan ikan yang berbentuk makanan khas kemplang panggang dan dodol di produksi saat hari besar seperti idul fitri dan idul adha. Lokasi yang berada di pinggir jalan lalu lintas provinsi sangat strategis menarik wisatawan maupun turis asing saat berkunjung desa tebing gerinting.

3.3 Kegiatan Yang Dilakukan

Kegiatan yang dilakukan dalam penyuluhan branding produk UMKM ini adalah membantu masyarakat di wilayah Desa tebing gerinting, kecamatan Indralaya Selatan Ogan Ilir dalam mengembangkan potensi usaha yang ada. dalam hal ini pertama-tama kegiatan yang kami lakukan menemui pihak Kepala desa dan meminta data pelaku usaha UMKM yang mana di desa tersebut memiliki empat kades (kepala dusun). Kemudian tim pengabdian melakukan observasi serta wawancara langsung dengan pelaku usaha UMKM di desa tebing gerinting selatan. Setelah data nya kami kumpulkan kemudian kami melakukan sosialisasi untuk kegiatan penyuluhan branding pada kemasan produk usaha UMKM kemplang dan dodol di desa tebing gerinting selatan. Kemudian di acara penyuluhan peserta antusias mengikuti kegiatan tersebut serta langsung dibantu tim dibuatkan media promosi produk mereka di media social seperti Instagram, facebook, dan youtube.

Menurut Tim pengabdian, usaha yang terdapat di desa tebing gerinting memiliki peluang untuk berkembang namun ada beberapa hal yang harus di evaluasi dan juga dikembangkan agar kedepannya dapat dikenal oleh masyarakat umum, tak hanya terkenal di desa setempat melainkan dapat dikenal di segala penjuru. selanjutnya kami melihat proses pembuatan hingga pengemasan dari ketiga produk tersebut, tetapi untuk produk dodol sendiri masyarakat desa tebing gerinting membuat hanya untuk pesanan saja, atau di hari-hari raya seperti lebaran idul fitri dan idul adha, sehingga kami hanya melihat produksi dan pengemasan Kelempang saja, selanjutnya mereka menjualkan produknya langsung di depan rumah mereka, dimana rumah penduduk sekitar terdapat dipinggir jalan, kami melakukan wawancara kepada masyarakat yang berjualan di pinggir jalan menanyakan perihal pendapatan mereka sehari, namun dari hasil tersebut untuk pendapatan mereka sangatlah kecil. dalam hal ini kami memberikan masukan mengenai inovasi dan ide agar bisa produk tersebut bisa dikembangkan untuk bisa bersaing dengan produk-produk lainnya yang lebih modern.

3.4 Kegiatan survey lokasi penyuluhan

Lokasi penyuluhan ini bertempat di balai desa kantor tebing gerinting selatan, berada di pinggir jalan lalu lintas merupakan lokasi strategis untuk menarik minat pelaku usaha menghadiri kegiatan penyuluhan tersebut. dibantu perangkat desa kepala desa tebing gerinting dan kecamatan indralaya selatan tim pengabdian berkoordinasi langsung dengan pihak terkait sebagai mana yang terlihat pada

gambar dibawah ini.



Gambar 1 Tim pengabdian berkoordinasi dengan kantor kepala desa tebing gerinting selatan dan pihak kecamatan indralaya selatan

3.5 Kegiatan sosialisasi penyuluhan pelaku usaha UMKM

Tim pengabdian terjun langsung ke lapangan menemui warga sebagai pelaku UMKM dan menjelaskan kegiatan penyuluhan branding pada kemasan kemplang, tujuan sosialisasi ini tim pengabdian mendapatkan data-data pelaku UMKM.



Gambar 2 tim pengabdian berkoordinasi dengan pelaku usaha kemplang

3.6 Kegiatan penyuluhan pelaku usaha UMKM

Pelaku usaha pada Desa Tebing Gerinting, Kecamatan Indralaya Selatan, masyarakat sangat antusias untuk membuat suatu inovasi baru dan cara promosi yang menarik dan kreatif guna mendapatkan minat konsumen terhadap produk yang mereka jual serta berpengaruh pada pendapatan mereka. terdapat banyak pelaku usaha yang berada disekitaran desa Tebing gerinting dengan berbagai macam usaha salah satunya usaha kemplang panggang dan dodol dan masih banyak usaha lainnya. Hal inilah membuat kami berinisiatif membuat seminar penyuluhan tentang Penyuluhan Branding kemasan kemplang dan dodol pada produk UMKM langsung di hadiri narasumber yang sangat berpengalaman di dunia branding yaitu Tiara Nesva Laraksana, S.Psi Co Founder Digitan Agency Payo Kreative yang memiliki banyak pengalaman dalam bidang membranding Produk-produk lokal di sumatra selatan.



Gambar 3 Pemateri pertama saat memberikan tips branding produk UMKM dan strategi promosi media sosial

Dari sosialisasi penyuluhan di kantor kepala desa Tebing Gerinting, Indralaya Selatan. Yakni mengajak sebanyak 37 peserta yang hadir ikut serta bergabung dan membuat NPWP, NIB dan Nomor Izin Usaha dengan gratis guna mempermudah pelaku usaha untuk mendapatkan fasilitas dari pemerintah khususnya Dinas perindustrian dan Perdagangan Ogan Ilir. Mengajarkan bagaimana membuat perizinan tersebut, cara tips and trik marketing dan cara packaging (kemasan) yang baik agar menarik minat pembeli, serta mengajarkan pelaku usaha untuk membuat akun instagram, youtube dan lain lain guna mempromosikan dagangan melalui media sosial.

1. Memberikan label pada produk kemplang



Gambar 4 pemberian label pada produk

2. Memberikan label pada produk Dodol

Kemasan pada produk dodol hanya di bungkus plastic putih tanpa adan label atau keterangan gambar pada produk tim pengabdian membuat label dari komposisi produk olahan dodol tersebut



Gambar 5 produk dodol sebelum dan sesudah diberi label

3. Memberikan contoh kemasan yang menarik

Kemasan yang menarik tentunya memikat minat pembeli dan wisatawan saat berkunjung sebagai cindramata khas desa tebing gerinting selatan, dalam penyuluhan ini tim hanya mengedukasi pelaku usaha UMKM supaya kemasan pada produk mereka di desain lebih menarik lagi, tentunya ini berguna untuk menarik minat pembeli. Berikut contoh design kemasan pada produk kemplang yang lebih modern dan menarik pembeli.



Gambar 6 contoh kemasan modern produk kemplang

Tabel 1 Data Penduduk Desa Tebing Gerinting Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir Bulan Agustus 2022

Nama Dusun	Jumlah Kk		Jumlah	Jumlah Jiwa		Total
	Laki-Laki	Perempuan		Laki-Laki	Perempuan	
Dusun I	84	30	114	175	186	360
Dusun Ii	76	23	99	166	154	320
Dusun Iii	87	35	122	179	182	361
Dusun Iv	87	17	104	162	207	369
Jumlah	334	105	439	682	729	1.410

Tabel 2 Data Pelaku UMKM Desa Tebing Gerinting Indralaya Selatan, Ogan Ilir

A. Dusun 1

No.	Nama	Usaha
1	Arnawi	Kemplang
2	Yayat	Kemplang
3	Dahlia	Kemplang

B. Dusun 2

No.	Nama	Usaha
1	Latifah	Kemplang/Dodol
2	Karimah	Kemplang
3	Asmuni	Kemplang
4	Komar	Kemplang
5	Rasunah	Kemplang
6	Suanah	Kemplang
7	Suhani	Dodol

C. Dusun 3

No.	Nama	Usaha
1	Elita	Dodol
2	Edwin	Kemplang
3	Edison	Kemplang
4	Yusnar	Kemplang
5	Usman	Kemplang
6	Olis Alpian	Kemplang

D. Dusun 4

No.	Nama	Usaha
1	Sri Melani	Kemplang
2	Nurhasanah	Kemplang
3	Mardiah	Kemplang
4	Naimah	Kemplang
5	Yusri	Kemplang
6	Mariani	Kemplang
7	Omariadi	Kemplang
8	Fatmawati	Kemplang
9	Herlina	Kemplang
10	Elma	Kemplang
11	Astrianti	Kemplang

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan di kantor kepala desa Tebing Gerinting, Indralaya Selatan. Yakni mengajak sebanyak 37 peserta yang hadir ikut serta bergabung dan membuat NPWP, NIB dan Nomor Izin Usaha dengan gratis guna mempermudah pelaku usaha untuk mendapatkan fasilitas dari pemerintah khususnya Dinas perindustrian dan Perdagangan Ogan Ilir. Mengajarkan bagaimana membuat perizinan tersebut, membuat label pada produk kemplang, cara tips and trik marketing dan cara packaging (kemasan) yang baik agar menarik minat pembeli, serta mengajarkan pelaku usaha untuk membuat akun instagram, youtube dan sosial media lainnya guna mempromosikan dagangan melalui media sosial. Kegiatan ini setidaknya memiliki target berupa meningkatnya pengetahuan dan keterampilan masyarakat dan pelaku UMKM desa tebing gerinting terkait strategi untuk meningkatkan penjualan produk UMKM kemplang dan dodol melalui perbaikan label dan kemasan yang menarik dan memanfaatkan media social sebagai Platform untuk media pemasaran produk UMKM di Desa Tebing Gerinting..

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Pemerintah Ogan Ilir, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Desa Tebing Gerinting, Kecamatan Indralaya Selatan.
2. Bapak Syahril, S.Sos selaku PLT Kepala Desa beserta Staff Kantor Kepala desa tebing gerinting, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian

3. Bapak Samsudin selaku Kepala Dusun I yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian Di Dusun I
4. Bapak Elyustiyo selaku Kepala Dusun II yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Dusun II
5. Bapak Yusniar selaku kepala dusun III yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan peneltian di Dusun III
6. Bapak Muhammad Umar selaku Kepala dusun IV yang telah memberikan penulis izin untuk penelitian di dusun IV
7. Karang Taruna Desa Tebing Gerinting yang telah membantu dalam pelaksanaan program penyuluhan dan mahasiswa KKN Kelompok 10.
8. Ibu Pemilik Posko yang telah menyediakan semua fasilitas perlengkapan termasuk di sediakan makanan dan lain lain.
9. Warga Desa Tebing Gerinting yang telah menerima Penulis untuk Observasi lapangan..

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang.
- [2] Ttiaavini, Dkk.2019. Pengembangan Kewirausahaan Kemplang Tunu Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. Jurnal: [Http://Ejournal.Uigm.Ac.Id/Index.Php/Pgm/Article/View/780](http://Ejournal.Uigm.Ac.Id/Index.Php/Pgm/Article/View/780)
- [3] Ardiansyah, Austin, T., & Suhendra. (2022). Branding Dan Pemasaran Kemplang Panggang Desa Tebing Gerinting Selatan Kecamatan Indralaya Selatan. Kawanad : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2 Se-Article), 98–108. <https://doi.org/10.56347/Kjpkm.V1i2.56>
- [4] Internet Jurnal Dreambox, 2022: <https://www.dreambox.id/blog/branding-strategi/6-cara-branding-menarik-cepat-diingat-konsumen/>
- [5] Sucihati, R. N., Suprianto, S., Sutanty, M., Haryadi, W., & Ismawati, I. (2022). Penyuluhan Dan Pelatihan Labeling, Packaging Dan Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kabupaten Sumbawa. Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal, 4(2 Se-Articles), 277–282. <https://doi.org/10.58406/Jpml.V4i2.820>
- [6] Haryadi, W. (2022). Optimasi Pemanfaatan E-Commerce Pada Pemasaran Produk Umkm Dalam Membantu Peningkatan Pendapatan Masyarakat. Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal, 4(2 Se-Articles), 243–248. <https://doi.org/10.58406/Jpml.V4i2.462>
- [7] Agusria, L., Hamid, A., Puspa, D., & Widianingsih, I. (2021). Suluh Abdi : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat Kiat Sukses Mengembangkan Umkm “Jaman Now” Penyuluhan Tips Labelling Produk Umkm Kerupuk Kemplang Kota Kayu Agung. 3(1), 55–60. https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh_abdi
- [8] Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Sriwijaya, U. (2020). Rani Kempalng.
- [9] Anita, Sumarni Bayu. 2012. Kuliner Dan Kinstruksi Identitas Kelokalan Studi Kasus Tentang Pempekbagi “Wong Kito” Di Kota Palembang. Tesis. Universtas Gajah Mada.Perpustakaan Pusat Ugm
- [10] Suherlan, H., & Hidayah, N. 2015. Sikap Wisatawan Nusantara Terhadap Produk Wisata Kuliner Di Kota Palembang. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 20(2), E147–E160. Retrieved From [Http://Stp-Bandung.Net/Bitstream/Handle/123456789/235/Sikap Wisatawan Nusatara Terhadap Produk Wisata Kuliner Di Kota Palembang.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y](http://Stp-Bandung.Net/Bitstream/Handle/123456789/235/Sikap%20Wisatawan%20Nusatara%20Terhadap%20Produk%20Wisata%20Kuliner%20Di%20Kota%20Palembang.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y)