

## **Pemberdayaan SDM dalam Peningkatan Kualitas Produksi dan Pemasaran “Kemplang Panggang” Kec. Pemulutan**

**Annisa Pridayani**

nnisaprida@gmail.com

Program Studi Manajemen

Universitas Indo Global Mandiri

Received: 27 01 2025. Revised: 12 02 2025. Accepted: 07 03 2025.

**Abstract :** Human Resource (HR) Empowerment is a key factor in improving the quality of production and marketing of local products. Kemplang Panggang, as one of the leading products in Pemulutan District. Responding to the challenges in improving quality and competitiveness in a wider market. This Community Service Program aims to improve business actors in the aspects of production and marketing through training and mentoring. The methods used include training in hygienic production techniques, improving quality standards, and digital marketing strategies. The results of the activity show an increase in understanding and skills of business actors in implementing good production standards and the use of digital media for marketing. The results of this activity confirm that increasing HR capacity plays an important role in encouraging local business growth and expanding market reach.

**Keywords :** HR Empowerment, Production, Marketing.

**Abstrak :** Pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran produk lokal. Kemplang Panggang, sebagai salah satu produk unggulan di Kecamatan Pemulutan. Menanggapi tantangan dalam peningkatan kualitas dan daya saing di pasar yang lebih luas. Program Pengabdian Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pelaku usaha dalam aspek produksi dan pemasaran melalui pelatihan dan pendampingan. Metode yang digunakan meliputi pelatihan teknik produksi higienis, peningkatan standar kualitas, serta strategi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam menerapkan standar produksi yang baik serta penggunaan media digital untuk pemasaran. Hasil dari kegiatan ini menegaskan bahwa peningkatan kapasitas SDM berperan penting dalam mendorong pertumbuhan usaha lokal dan memperluas jangkauan pasar.

**Kata kunci :** Pemberdayaan SDM, Produksi, Pemasaran.

### **ANALISIS SITUASI**

Kemplang Panggang merupakan salah satu produk makanan khas di Kecamatan Pemulutan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah. Produk ini banyak diproduksi oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM) yang berbasis rumah tangga. Namun, dalam proses produksi dan pemasaran, masih terdapat berbagai kendala yang menghambat pertumbuhan usaha, seperti keterbatasan keterampilan sumber daya manusia (SDM) dalam teknik produksi yang higienis, manajemen usaha, serta strategi pemasaran yang kurang optimal. Selain itu, persaingan pasar yang semakin ketat menuntut para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk agar lebih kompetitif. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan SDM guna meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola produksi dan pemasaran Keplang Panggang.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan, untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam aspek produksi higienis, standar kualitas, dan strategi pemasaran berbasis digital. Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas serta memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Secara akademik, kajian literatur menunjukkan bahwa pemberdayaan SDM memiliki peran krusial dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. Menurut porter (2019), peningkatan keterampilan tenaga kerja melalui pelatihan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas produksi. Selain itu, penelitian oleh Kolter & Keller (2020) menekankan pentingnya strategi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan produk ke segmen pasar yang lebih luas. Studi lain yang dilakukan oleh Rahmawati et al. (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan pemasaran berbasis digital mengalami peningkatan penjualan hingga 40% dalam kurun waktu 1 tahun.

## **SOLUSI DAN TARGET**

Upaya pemberdayaan SDM dalam industri pangan tradisional juga telah dilakukan di berbagai daerah. Studi oleh Nugroho et al. (2018) mengenai pelatihan produksi higienis pada usaha kerupuk di Jawa Tengah menunjukkan bahwa intervensi dalam bentuk pelatihan dapat meningkatkan standar kebersihan dan kualitas produk secara signifikan. Selain itu, program pendampingan pemasaran digital yang dilakukan oleh Sari et al. (2020) terhadap UMKM di Yogyakarta berhasil meningkatkan eksposur produk melalui *platform e-commerce* dan media sosial. Berdasarkan kajian literatur dan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka solusi untuk mengatasi permasalahan dalam kegiatan ini adalah meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran Keplang Panggang melalui pemberdayaan SDM. Adapun tujuan utama dari program ini adalah 1) meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam menerapkan teknik produksi yang higienis dan sesuai standar kualitas, 2) meningkatkan pemahaman dan

keterampilan dalam pemasaran digital, serta 3) memberikan pendampingan manajemen usaha bagi pelaku UMKM Kemplang Panggang. Dengan tercapainya tujuan ini, diharapkan industri Kemplang Panggang di Kecamatan Pemulutan dapat berkembang secara keberlanjutan dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat setempat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup pendekatan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada pelaku usaha Kemplang Panggang di Kecamatan Pemulutan. Kegiatan dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu identifikasi kebutuhan, pelatihan produksi dan pemasaran serta evaluasi dampak program. Identifikasi Kebutuhan : Tahap awal dilakukan dengan survei dan wawancara kepada pelaku usaha untuk mengetahui permasalahan utama yang dihadapi dalam produksi dan pemasaran. Data dikumpulkan secara deskriptif melalui observasi langsung. Pelatihan dan Pendampingan : Pelatihan produksi higienis : Memberikan pemahaman tentang standar kebersihan dan keamanan pangan, Demonstrasi praktik produksi yang higienis dan efisien.

Pelatihan Pemasaran Digital : Penggunaan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi, Strategi *branding* dan peningkatan daya tarik produk. Pendampingan Manajemen Usaha : Pembuatan laporan keuangan sederhana untuk pelaku UMKM, Strategi pengelolaan bahan baku dan distribusi. Evaluasi dan Pengukuran Keberhasilan : Keberhasilan program diukur melalui indikator perubahan sikap sosial budaya, dan ekonomi pelaku usaha. Pengukuran dilakukan dengan metode kualitatif melalui wawancara dan diskusi kelompok terfokus, serta metode kuantitatif berdasarkan peningkatan jumlah produksi, peningkatan omzet, serta peningkatan jumlah pelanggan setelah pelatihan. Selain itu, tingkat adopsi pemasaran digital oleh pelaku usaha juga menjadi salah satu indikator keberhasilan.

## **HASIL DAN LUARAN**

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Dalam pelaksanaannya, program ini berhasil memberikan perubahan signifikan bagi pelaku usaha Kemplang Panggang di Kecamatan Pemulutan. Pelatihan produksi higienis telah meningkatkan pemahaman pelaku usaha mengenai standar kebersihan dalam pengolahan makanan. Sebagian besar peserta berhasil menerapkan teknik

yang diajarkan, seperti penggunaan peralatan yang lebih higienis dan penerapan sanitasi dalam proses produksi.

Tabel 1. Tahap pelaksanaan kegiatan masyarakat

No	Nama Program	Kegiatan	Waktu
1	Peningkatan Efisiensi Produksi (Program Pokok)	- Pendampingan proses pembuatan kerupuk kemplang menggunakan alat yang ada.- Pelatihan teknik pencetakan manual.	3 jam/hari
2	Pembuatan Kemasan Sederhana (Program Bantu)	- Pelatihan cara membuat kemasan sederhana menggunakan plastik biasa dan hand sealer.	2 jam (Sabtu 1)
3	Peningkatan Kualitas Produk (Program Pokok)	- Edukasi pemilihan bahan baku berkualitas (ikan segar) untuk menjaga rasa dan daya tahan kerupuk.	2 jam (Minggu 1)
4	Promosi Produk Lokal (Program Bantu)	- Pelatihan cara promosi sederhana melalui WhatsApp dan Facebook. - Pembuatan poster promosi sederhana.	3 jam (Sabtu 2)
5	Diskusi dan Evaluasi Bersama (Program Bantu)	- Diskusi kendala dan solusi bersama pengrajin kerupuk.	2 jam (Minggu 2)



Gambar 1. Wawancara



Gambar 2. Proses Pembuatan



Gambar 3. Pengukusan

Sementara itu, pelatihan pemasaran digital membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce* untuk memasarkan produknya. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan jumlah pelanggan serta kenaikan omzet hingga 30% dalam tiga bulan pelatihan. Keunggulan dari program ini adalah pendampingan secara keberlanjutan yang memastikan peserta dapat menerapkan ilmu yang diperoleh secara konsisten.



Gambar 4. Penjemuran



Gambar 5. Pemangangan



Gambar 6. Penjualan

Namun, terdapat tantangan dalam adaptasi teknologi bagi sebagian pelaku usaha yang masih terbiasa dengan metode pemasaran konvensional. Ke depan, diperlukan strategi yang lebih intensif dalam edukasi digital agar lebih banyak pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi secara optimal.

Tabel 2. Kondisi Geografis dan Batas Desa

Batas Desa	
Sebelah Utara	Berbatasan dengan Desa Ulak Kembahang I
Sebelah Selatan	Berbatasan dengan Desa Talang Pangeran Ulu
Sebelah Barat	Berbatasan dengan Desa Arisan Jaya
Sebelah Timur	Berbatasan dengan Desa Kapuk, Ulak, dan Desa Austanding

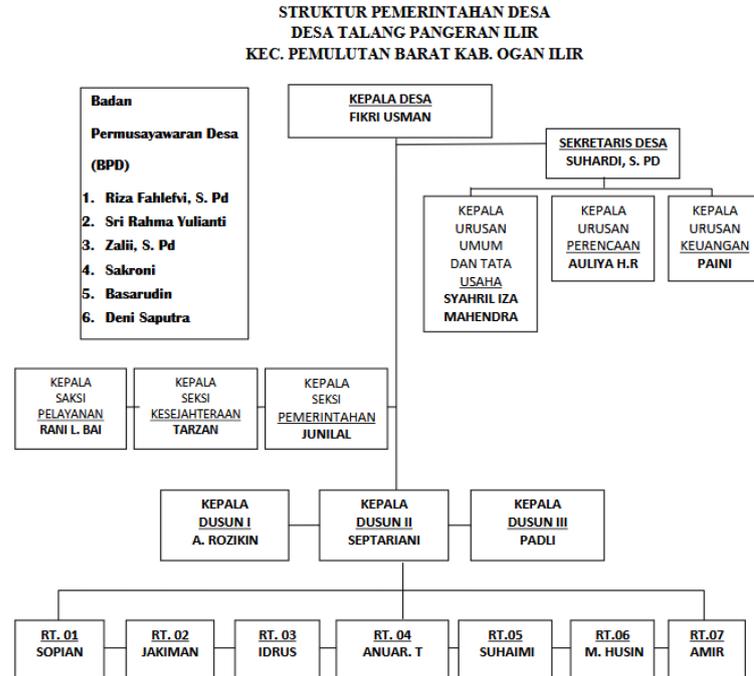
Dengan hasil yang dicapai, program ini menunjukkan bahwa pemberdayaan SDM memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan kualitas produksi dan pemasaran Kemplang Panggang. Langkah selanjutnya adalah memperluas cakupan pelatihan serta menjalin kemitraan dengan pihak terkait guna mendukung keberlanjutan program ini.

Tabel 3. Profil Penduduk

Jumlah Penduduk		
No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki – Laki	196.200
2	Perempuan	190.741

Jumlah penduduk Desa Talang Pangeran tercatat sebanyak 1.500 jiwa, yang terdiri atas 750 laki – laki dan 750 Perempuan. Sebagian besar penduduk berada pada usia produktif, yaitu antara 20 hingga 50 tahun. Tingkat pendidikan masyarakat bervariasi, mulai dari lulusan sekolah dasar hingga perguruan tinggi, meskipun persentase lulusan bervariasi, mulai dari lulusan sekolah dasar hingga perguruan tinggi, meskipun persentase lulusan perguruan tinggi

masih rendah. Pendudukan Desa Talang Pangeran mayoritas beragama islam, dan kehidupan beragama di desa ini berjalan dengan sangat baik. Terhadap beberapa tempat ibadah seperti masjid dan mushola yang aktif digunakan untuk kegiatan keagamaan.



Gambar 7. Struktur Pemerintahan Desa Talang Pangeran Ilir

## SIMPULAN

Program pemberdayaan SDM dalam peningkatan kualitas produksi dan pemasaran Kemplang Panggang di Kecamatan Pemulutan telah menunjukkan hasil yang positif. Pelaku UMKM mengalami peningkatan keterampilan dalam produksi higienis dan pemasaran digital, yang berkontribusi terhadap peningkatan kualitas produk dan daya saing di pasar. Meskipun terdapat kendala dalam adaptasi teknologi, pendampingan yang berkelanjutan membantu pelaku usaha mengatasi tantangan tersebut. Kedepan, diperlukan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperluas cakupan pelatihan dan memastikan keberlanjutan usaha Kemplang Panggang sebagai produk unggulan daerah. Pemberdayaan SDM melalui pelatihan keterampilan, digitalisasi permasalahan, dan pengembangan produk kerupuk kemplang panggang telah berhasil meningkatkan kualitas produk dan perekonomian desa. Pemberdayaan SDM melalui pelatihan keterampilan, digitalisasi pemasaran, dan pengembangan produk kerupuk kemplang panggang telah berhasil meningkatkan kualitas produk dan perekonomian di Desa Talang Pangeran. Pelatihan yang diberikan kepada pengrajin telah memperbaiki proses produksi dan meningkatkan standar kualitas produk, yang

memungkinkan produk kerupuk kempalng panggan utnuk bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, strategi pemasaran berbasis media sosial telah memeperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan produk lokal ke konsumen yang lebih banyak. Program ini juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang pada gilirannya mendukung keberlanjutan ekonomi desa.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- A. Nugroho, B. Wicaksono, and T. Sari, (2021). Hygienic Production Training for Traditional Food Businesses, in *Proceedings of the Indonesian Food Safety Conference*, pp. 45-52.
- D. Sari, I. Prasetyo, and M. Anggraini, (2022). E-Commerce Adoption Among SMEs in Yogyakarta. *International Conference on Business and Management*, pp. 110-120.
- G. Armstrong., and P. Kotler. (2023). *Principles of Marketing*, 18th ed., Boston: Pearson, Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2025). Strategi Digitalisasi UMKM untuk Meningkatkan Daya Saing. <https://www.depkop.go.id/strategi-umkm-digital>.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*, 16th ed., Boston: Pearson,
- L. Rahmawati, R. Wijaya, and S. Hidayat. (2023). Digital Marketing for SMEs: A Case Study. *Journal of Business Research*, vol. 78, no. 2, pp. 150-165,
- Porter, M. E. (2020). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: Free Press. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=193>
- R. A. Fadhilah. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Penjualan UMKM di Era Industri 4.0. thesis. Universitas Indonesia, Depok.
- S. H. Putra., and A. Lestari. (2023). The Role of Digital Branding in Enhancing SME Competitiveness," in *Proceedings of the International Conference on Entrepreneurship and Business Management*, pp. 75-82.