

## Pengembangan *Home Industry* Kemplang di Desa Pemulutan Ilir Provinsi Sumatera Selatan di Tinjau Dari Sumber Daya Manusia

Anjas Putra A<sup>1</sup>, Wiwin Agustian\*<sup>2</sup>, Irwansyah<sup>3</sup>, Helda Yudiastuti<sup>4</sup>, Dina Melita<sup>5</sup>

<sup>1,2,5</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Bina Darma, Indonesia

<sup>3,4</sup>Program Studi Manajemen Informatika, Fakultas Vokasi, Universitas Bina Darma, Indonesia

\*e-mail: [wiwinagustian@binadarma.ac.id](mailto:wiwinagustian@binadarma.ac.id)<sup>2</sup>, [irwansyah@binadarma.ac.id](mailto:irwansyah@binadarma.ac.id)<sup>3</sup>,  
[helda.yudiastuti@binadarma.ac.id](mailto:helda.yudiastuti@binadarma.ac.id)<sup>4</sup>

### Abstrak

*Home Industri atau usaha kecil merupakan suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Home industri Kemplang yang ada desa Pemulutan Ilir Dusun III RT. 05 RW 02 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan yang dikelola oleh ibu Asrania dengan dibantu 4 orang karyawannya. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh home industri tersebut dalam mengembangkan usahanya seperti, masih kesulitan dalam peningkatan penjualan dan pemasaran kemplang. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu melakukan pendampingan terhadap pengelola dan karyawan home industri kemplang di Desa Pemulutan Ilir. Pelaksanaan kegiatan pendampingan menggunakan metode Observasi, Wawancara, Diskusi dan Pelatihan. Hasil dari kegiatan pengabdian pada Home Industri Kemplang yaitu melakukan pelatihan pembuatan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan. Dari pelatihan ini meningkatnya pemahaman pelaku home industri bahwa pentingnya sumber daya manusia dalam pengembangan sebuah bisnis.*

**Kata kunci:** Home Industry, Karyawan, Kemplang, Pelatihan

### Abstract

*Home Industry or small business is a small-scale business unit/company that operates in a particular industrial field. Home industry Kemplang in the village of Pemulutan Ilir Dusun III RT. 05 RW 02 Pemulutan District, Ogan Ilir Regency, South Sumatra Province which is managed by Mrs. Asrania with the help of 4 employees. The problems faced by the home industry in developing its business include difficulties in increasing sales and marketing of kemplang. The aim of this service activity is to provide assistance to the managers and employees of the kemplang home industry in Pemulutan Ilir Village. Implementation of mentoring activities uses Observation, Interview, Discussion and Training methods. The results of service activities at the Kemplang Home Industry include training in creating social media such as Instagram and Facebook to increase marketing and sales. From this training, home industry players' understanding of the importance of human resources in developing a business increases.*

**Keywords:** Home Industry, Employees, Kemplang, Training

## 1. PENDAHULUAN

Keberadaan home industri di Indonesia semakin terasa dalam proses pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Pada awalnya, keberadaan home industri hanya dianggap sebagai sumber penting dalam penciptaan kesempatan kerja dan dinamisator pembangunan ekonomi daerah di pedesaan. Home Industri adalah suatu unit usaha/perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya usaha ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan (Diana & Laila, 2020). Home industri biasanya bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan profesional, modal yang kecil dan produksi yang hanya secara musiman. Home industry bisa juga disebut dengan usaha kecil. Usaha kecil adalah usaha yang pemiliknya mempunyai jalur komunikasi langsung dengan kegiatan operasi dan juga dengan sebagian besar tenaga kerja yang ada dalam kegiatan usaha tersebut, dan biasanya hanya mempekerjakan tidak lebih dari 50 orang (Ziauddin et al., 2023).

Home industri Kemplang yang ada desa Pemulutan Ilir Dusun III RT. 05 RW 02 Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan yang dikelola oleh ibu Asrania dengan dibantu 4 orang karyawannya. Produk kemplang yang diproduksi berbahan dasar ikan sarden, yang setiap harinya di buat mulai pukul 07.00 sampai dengan 11.30 wib. Untuk pemasaran kemplang ibu Asrania saat ini hanya memperjual belikan di Desa Pemulutan Ilir saja seperti di agen dan pasar. Adapun harga jual kemplang ukuran besar Rp. 500,- /keping, sedangkan kemplang kecil seharga Rp. 300,-. Saat ini ibu Asrania berkeinginan untuk mengembangkan usaha home industrinya tersebut. Untuk mengembangkan usahanya tersebut ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh home industri tersebut seperti, masih kesulitan dalam peningkatan penjualan dan pemasaran kemplang. Tujuan pemasaran adalah membuat penjual melampaui dan mengetahui serta memahami konsumen sehingga produk (jasa) sesuai dengan konsumen dan laku dengan sendirinya (Musyawarah & Idayanti, 2022). Masih minimnya proses pembukuan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam hal ini oleh ibu Asrania. Belum memiliki strategi pengembangan usaha khususnya pada bagian pemasaran.

Dari permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor sumber daya manusia (sdm) atau karyawan yang mempengaruhi pengembangan home industri tersebut. Sumber daya manusia umumnya sangat berpengaruh terhadap manajemen usaha yang dijalankan (pemasaran dan peningkatan produktivitas), karena SDM dapat mencerminkan tingkat kreatifitas, produktifitas dan kemampuan dalam penguasaan teknologi (Herudiansyah, 2024). Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini yaitu melakukan pendampingan terhadap pengembangan home industri kemplang di Desa Pemulutan Ilir. Indikator pengembangan usaha atau home industri yaitu peningkatan pendapatan, jumlah pelanggan, kualitas produk, kualitas SDM (Rizky et al., 2022). Sumber daya yang handal dapat memiliki kinerja yang baik sehingga memiliki pengaruh positif terhadap kinerja industri kecil. Kualitas SDM adalah factor terpenting bagi keberhasilan suatu organisasi, dan semakin baik kualitas orang, semakin baik hasilnya.

Pengembangan sumber daya manusia baik dari Pendidikan maupun Pelatihan Formal dan Informal, terus menerus dan bersamaan (Lestari & Nuryanti, 2022). Pada pengabdian ini bentuk pendampingan yang diberikan pada karyawan home industry kemplang ibu Asrania yaitu pelatihan pembuatan media social sebagai media promosi. Media Promosi merupakan sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi oleh suatu perusahaan untuk pengenalan suatu produk yang bertujuan menarik minat calon konsumen (Jannah et al., 2022). Sedangkan promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang diberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru (Kevin & Carsana, 2020).

## 2. METODE

Dalam melakukan kegiatan pendampingan pada home industri kemplang didesa Pemulutan dilakukan secara langsung dengan metode Observasi, Wawancara, Diskusi dan Pelatihan. Pada tahap observasi yaitu peninjauan secara langsung ke Home Industri Kemplang didesa Pemulutan Ilir, Dusun III, Rt. 05 Rw. 02, Kecamatan Pemulutan Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan. Kemudian tahapan berikutnya melakukan wawancara dengan Ibu Asrania selaku pemilik Home Industri Kemplang dan karyawannya. Selanjutnya melakukan diskusi untuk mencari solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Home Industri tersebut. Tahapan berikutnya adalah memberikan pelatihan kepada pemilik dan karyawan Home Industri Kemplang.

Berikut jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian pada Home Industri Kemplang di Desa Pemulutan Ilir. Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan selama 1 bulan yang diagendakan 1 kali dalam setiap minggunya.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Home Industri Kemplang di Desa Pemulutan Ilir, Dusun III.

| No. | Kegiatan  | Fasilitator            | Tgl / Waktu                              | Peserta                                     |
|-----|---|------------------------|--|---|
| 1   | Observasi   | Seluruh Tim Pengabdian | 11 November 2023<br>(09.00 – 12.00)      | Pemilik Home Industri.                      |
| 2   | Wawancara dengan melakukan tanya jawab.   | Seluruh Tim Pengabdian | 18 November 2023<br>(09.00 – 14.00)      | Pemilik Home Industri dan 4 orang Karyawan. |
| 3   | Diskusi secara bersama – sama untuk mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi. | Seluruh Tim Pengabdian | 25 November 2023<br>(09.00 – 16.00)      | Pemilik Home Industri dan 4 orang Karyawan. |
| 4   | Pelatihan dalam pembuatan pembukuan keuangan dan Teknik pemasaran.                  | Seluruh Tim Pengabdian | 28 - 30 November 2023<br>(09.00 – 16.00) | Pemilik Home Industri dan 4 orang Karyawan. |

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari kegiatan pengabdian pada Home Industri Kemplang di Desa Pemulutan Ilir Dusun III yang dilakukan selama 1 bulan yang diawali dengan observasi. Tujuan melakukan observasi ini adalah untuk melihat secara langsung bagaimana produksi kemplang tersebut. Kegiatan produksi kemplang mulai dari membuat adonan, melakukan pencetakan kemplang, merebus kemplang yang sudah dicetak, dan menjemur kemplang. Kemudian melakukan wawancara serta diskusi dengan pemilik dan karyawan bagaimana cara pemasaran kemplang dan membahas permasalahan serta solusi dalam pengembangan home industri kedepannya.



Gambar 1. Kunjungan atau Obsevasi ke Home Industri Kemplang Ibu Asrania

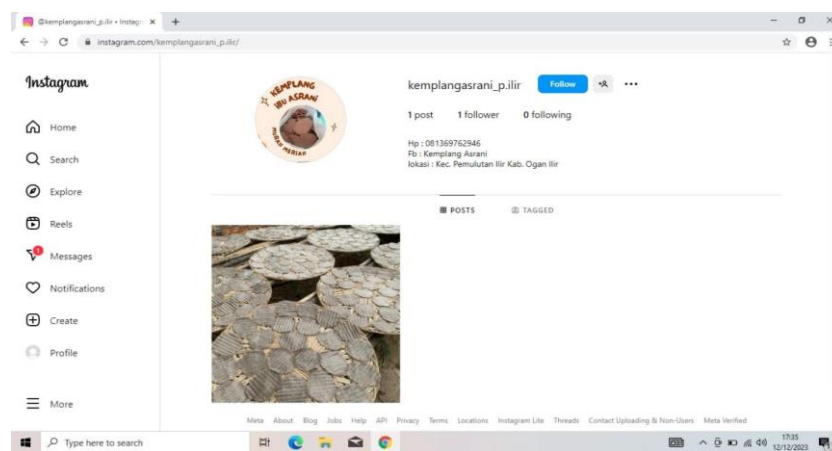
Pada Gambar 1 merupakan kunjungan ke Home Industri Kemplang Ibu Asrania, Tim pengabdian ikut dalam proses pembuatan kemplang.

Ada beberapa kegiatan yang dilakukan di sana seperti hasil diskusi dengan pemilik home industri Kemplang Ibu Asrania mengenai bagaimana logo yang diinginkan. Kemudian Tim mendesain logo home industri Kemplang Ibu Asrania didampingi oleh Ibu Asrania sendiri. Setelah logo disetujui oleh pihak pemilik home industri selanjutnya logo di cetak untuk ditempelkan pada kemasan produk. Melakukan Sosialisasi *Packaging* untuk Meningkatkan *Value* Produk. Sebelumnya home industri Kemplang Ibu Asrania tidak membuat *packaging* yang spesifik pada produk yang dijual. Jika ada pesanan, produk hanya di masukkan di kantong plastik biasa. Oleh karena itu, untuk memberikan nilai tambah pada produk home industri Kemplang Ibu Asrania maka dibuatlah *packaging* yang menarik.

Berikut kegiatan pelatihan yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran home industri kemplang, karyawan diberikan pelatihan pembuatan media sosial. Media social yaitu sebuah medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan diri dan melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Ada 2 media sosial yang diajarkan kepada karyawan ibu Asrania yaitu sebagai berikut :

a. Instagram.

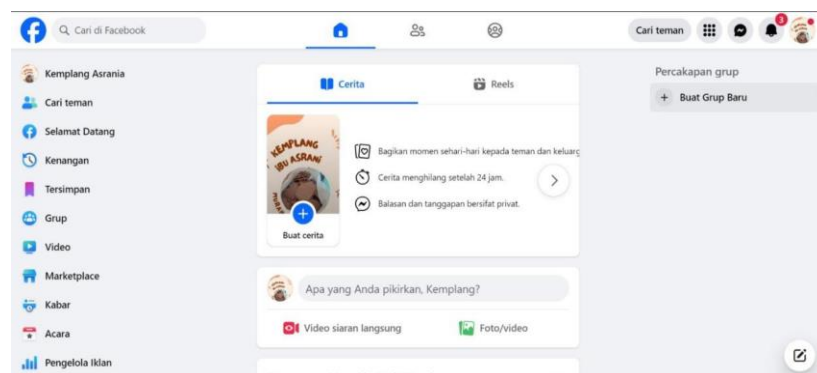
Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membaginya ke berbagai layanan jejaring social (Feroza & Misnawati, 2021). Pada pelatihan pembuatan Instagram ini semua karyawan ibu Asrania diajarkan untuk membuat akun di Instagram kemudian diajarkan cara menggunakannya. Berikut media social intagram yang telah dibuat oleh karyawan home industri kemplang ibu Asrania. Pada gambar 2 terlihat hasil produk kemplang yang telah jadi dan dipromosikan melalui Instagram Home Industry Kemplang Ibu Asrania.



Gambar 2. Media Sosial Instagram Industri Kemplang Ibu Asrania

b. Facebook.

Bagi para pedagang online biasanya menggunakan fitur Facebook fan page untuk mempromosikan berbagai produk yang mereka jual di internet. Media social Facebook ini merupakan media online yang sudah cukup lama digunakan oleh pelaku bisnis online. Facebook adalah sebuah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain (Kartini et al., 2020). Untuk pelatihan penggunaan fitur Facebook fan page ini, semua karyawan ibu Asrnia tidak merasa kesulitan dalam penggunaannya. Karena semua karyawan telah terbiasa menggunakan Facebok, hanya saja mereka belum menggunakannya untuk media promosi penjualan. Berikut hasil media promosi Facebook yang karyawan bu Asrania telah buat.



Gambar 3. Media Sosial Facebook Industri Kemplang Ibu Asrania



Dalam kegiatan pelatihan ini juga memberikan inovasi untuk pelaku home industri kemplang yaitu membuat kemasan dan logo atau merk. Home industri kemplang ibu Asrania sendiri belum memiliki kemasan khusus untuk kemplang yang mereka jual, ibu Asrania masih menggunakan kantong plastik biasa yang menjadi kemasan produk kemplangnya. Hal ini dapat menimbulkan kurang menariknya produk yang mereka jual. Selanjutnya untuk logo atau merk home industri kemplang juga belum memilikinya hal ini menyebabkan produknya kurang dikenal banyak orang. Maka dari itu dibuatlah inovasi kemasan dan logo untuk home industri kemplang ibu Asrania sebagai berikut.



Gambar 4. Kemasan Kemplang Ibu Asrania

#### 4. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Home Industri Kemplang ibu Asrania di Pemulutan Ilir Desa III dapat disimpulkan sebagai berikut : meningkatnya pemahaman pelaku home industri bahwa pentingnya sumber daya manusia dalam pengembangan sebuah bisnis. Meningkatnya pengetahuan karyawan (sdm) tentang pentingnya perkembangan teknologi seperti media social yang digunakan untuk media promosi dan betapa pentingnya sebuah media promosi sebagai sarana untuk memasarkan produk home industry kemplang ibu Asrania. Adapun kendala media promosi menggunakan media sosial Instagram dan Facebook pada Home Industri Kemplang ibu Asrania di Pemulutan Ilir Desa III sering tidak adanya sinyal internet di dusun tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Diana, & Laila, N. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1), 1–8. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat>
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 15(1), 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>
- Herudiansyah, G. (2024). TATA KELOLA DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KERUPUK IBU DAHLIA DESA JEJAWI OKI SUMATERA SELATAN. *SURYA EDUKASI JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1), 87–94.
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2), 24–31. <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>

- Kartini, Maili Ningrum, I., Ervina Sari, J., & Khoirunnisa. (2020). Penelitian tentang Facebook. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(1), 146–153.
- Kevin, D., & Carsana, Y. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnal Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, Vol.3, No.1, 2020: 1-13, 3(1), 1–13.
- Lestari, E. A., & Nuryanti. (2022). Pentingnya Kualitas Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Anak. *Pendidikan, Jurnal Konseling, Dan*, 4, 1349–1358.
- Musyawarah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagus di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI ( Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House )*. 3.
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 361–376. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i1.1680>
- Ziauddin, Z. E., M. Yahya, & Alya Nadasyifa. (2023). Dampak Home Industry terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(April), 63–83. <https://doi.org/10.32505/jim.v5i1.5939>