

PENGEMBANGAN P4 (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION) KEMPLEE (KEMPLANG LELE) PADA UMKM ANUGERAH LELE

¹Sumarni Bayu Anita, ²Dita Mayreista, ³Abdurrahman Arif

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, STISIPOL Candradimuka

^{2,3}Program Studi Ilmu Administrasi Negara, STISIPOL Candradimuka

Email: sb.anita@gmail.com

ABSTRAK

P4K KEMPLEE adalah singkatan dari Pengembangan P4 (*Product, Price, Place, Promotion*) Kewirausahaan Kemplang Lele P4K KEMPLEE menjadi tema besar pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Tema Kewirausahaan Mandiri yang dipilih dapat mempelajari tentang dunia kewirausahaan atau entrepreneur ini lebih menantang untuk diterapkan karena mahasiswa dapat belajar sekaligus mencoba menerapkan teori-teori yang didapat di bangku kuliah untuk membantu UMKM Anugerah Lele lebih mengembangkan usahanya dengan konsep 4P atau P4 dalam *Marketing Mix*, yakni *Product, Price, Place, Promotion*. Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan selama 1 bulan dengan Pengembangan P4 (*Product, Price, Place, Promotion*) Kewirausahaan Kemplang Lele pada UMKM Anugerah Lele di Desa Pulau Harapan, Sembawa, Banyuasin. Metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara, disertai pendampingan. Membimbing dan memberikan edukasi kepada masyarakat, mitra disertai dengan kehadiran mahasiswa STISIPOL Candradimuka. Program pengabdian masyarakat pada UMKM Anugerah Lele dengan nama Panca Aksi, yaitu: (1) Penamaan brand, (2) Pembuatan logo produk, (3) Pembuatan akun media sosial, (4) Pelaksanaan seminar kewirausahaan, dan (5) Pemberian bantuan sarana produksi.

Kata Kunci: 4P Pemasaran, Kewirausahaan Mandiri, Kemplang Lele, UMKM

ABSTRACT

P4K KEMPLEE is an abbreviation for P4 Development (Product, Price, Place, Promotion) Kemplang Lele Entrepreneurship P4K KEMPLEE is the big theme of implementing community service. The Independent Entrepreneurship theme chosen can learn about the world of entrepreneurship or entrepreneurship, which is more challenging to apply because students can learn and try to apply the theories they learned in college to help Anugerah Lele MSMEs further develop their business with the 4P or P4 concept in the Marketing Mix, namely Product, Price, Place, Promotion. Community service carried out for 1 month with the P4 (Product, Price, Place, Promotion) Entrepreneurship Development of Kemplang Lele at the Anugerah Lele UMKM in Pulau Harapan Village, Sembawa, Banyuasin. The methods used are observations and interviews, accompanied by assistance. Guiding and providing education to the community, partners accompanied by the presence of STISIPOL Candradimuka students. Community service program at UMKM Anugerah Lele with the name Panca Aksi, namely: (1)

Brand naming, (2) Creation of product logos, (3) Creation of social media accounts, (4) Implementation of entrepreneurship seminars, and (5) Providing assistance with production facilities.

Keywords: 4P Marketing, Independent Entrepreneurship, Kemplang Lele, MSMEs

Pendahuluan

Menurut sejarahnya, Desa Pulau adalah desa yang berdiri sejak tahun 1902, pada saat itu pemerintahan dipimpin oleh Kerio. Pada tahun 1984 Desa Pulau berganti nama menjadi Desa Pulau Harapan yang pada saat itu pemerintahan dipimpin oleh Kepala Desa A. Bastari R. Desa Pulau Harapan terdiri dari tiga dusun yaitu Dusun I, Dusun IIdan Dusun III. Desa Pulau Harapan berasal dari kata Pulau dan Harapan (Apriani, n.d.). Pulau berasal dari makna suatu daratan yang dikelilingi lautan. Begitu juga dengan Pulau Harapan yang dikelilingi oleh dua sungai, yaitu Sungai Lalang dan Sungai Air Gardu. Hal inilah yang menyebabkan terbentuknya kata "Pulau". Sedangkan kata "Harapan" merupakan hasil musyawarah mufakat masyarakat pada tahun 70-an, bahwa Desa Pulau Harapan ini merupakan tempat masyarakat pendatang untuk mencari sumber penghidupan, sebab pada tahun 70-an di desa ini ada suatu pabrik karet (*remiling*), bernama SRDP atau perkebunan inti rakyat tempat masyarakat Pulau menggantungkan harapan untuk penghidupan mereka selanjutnya (Apriani, n.d.).

Penyelenggaraan pengabdian masyarakat tahun 2020 mengusung tema Pengembangan P4 (*Product, Price, Place, Promotion*) sebagai tema kegiatan. Pengabdian dilaksanakan bersama UMKM Anugerah Lele di Desa Pulau Harapan Sembawa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. Desa Pulau Harapan adalah salah satu dari desa yang ada di Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. Berdasarkan data dari Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 137 Tahun 2017 tentang Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan, Kabupaten Banyuasin memiliki 21 kecamatan, 16 kelurahan dan 288 desa. Selain Desa Pulau Harapan, ada 11 desa lainnya di Kecamatan Sembawa, yakni Lalang Sembawa, Limau, Limbang Mulya, Mainan, Muara Damai, Pulau Muning, Purwosari, Rejodadi, Sako Makmur dan Santan Sari (Wikipedia, 2023).

Tema Kewirausahaan Mandiri bermaksud untuk dapat mempelajari tentang dunia kewirausahaan atau entrepreneur. Hal ini dirasakan lebih menantang untuk diterapkan karena mahasiswa dapat belajar sekaligus mencoba menerapkan teori-teori yang didapat di bangku kuliah untuk membantu salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Pulau Harapan yang bergerak di bidang perikanan, yakni UMKM Anugerah Lele. Tidak hanya produsen beras nomor 4 nasional, Kabupaten Banyuasin juga penghasil ikan terbesar untuk Provinsi Sumatra Selatan dan memiliki andil dalam menyuplai kebutuhan ikan nasional. Pada tahun 2019, produksi perikanan di Kabupaten Banyuasin sebesar 97.618,87 ton, dengan rincian perikanan budidaya 40.303,07 ton dan perikanan tangkap 57.315,80 ton (Kabupaten Banyuasin, 2020).

Tingginya produksi perikanan dan konsumsi masyarakat akan ikan ini menunjukkan Program Petani Bangkit sektor perikanan yang menjadi visi misi Bupati H. Askolani dan Wabup H. Slamet membuahkan hasil. Sebagaimana dikutip dari banyuasin.go.id (2020), menurut Kepala Dinas Perikanan Kabupaten Banyuasin Ir. Hj. Ria Apriani M.Si, melalui Dana Alokasi Khusus Bidang Perikanan tahun 2019, bantuan yang disalurkan adalah berupa budidaya ikan patin di kolam 4 kelompok, budidaya ikan lele di kolam 4 kelompok, kelompok percontohan ikan nila di kolam 2 kelompok dan budidaya ikan nila dan padi 2 kelompok. Hal ini senada dengan pernyataan Ketua UMKM Anugerah Lele Silvi Yani ketika

wawancara, bahwa awalnya mereka mendapatkan bantuan dari pihak Pemerintah Kabupaten Banyuasin pada tahun 2019(Kabupaten Banyuasin, 2020). Adapun bukti kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Bupati Banyuasin H. Askolani Dorong Program Petani Bangkit Sektor Perikanan
Sumber: diolah oleh Penulis, 2024

Keberadaan UMKM Anugerah Lele juga didukung oleh pihak pemerintahan desa. Kepala Desa Pulau Harapan Gatot Zalendra, S.IP dalam wawancara saat kunjungan pertama sekaligus Pembukaan kegiatan pengabdian dengan menyatakan, “Anugerah Lele mendapatkan rangking 1 untuk UMKM Budidaya Ikan Lele Desa Pulau Harapan. Ini sangat perlu kita apresiasi. Induk mereka adalah KLPL (Kelompok Pangan Lestari) yang dibimbing oleh Dinas Pertanian, Dinas Perikanan dan Dinas Badan Ketahanan Pangan Sembawa Banyuasin”. Namun, pemilihan ikan lele pada UMKM Anugerah Lele bukan tanpa alasan. Kondisi lokasi yang cukup jauh dari sungai, sehingga pemilihan budidaya di kolam terpal menjadi pilihan utama. Namun bukan tanpa kendala pula, karena ikan lele bukan termasuk ikan yang cukup digemari oleh masyarakat Desa Pulau Harapan sendiri. “Karena banyak orang tidak suka makan ikan lele, jadi ibu punya ide agar orang yang tidak suka makan lele dapat mencicipi lele dengan cara menjadi Kemplang Lele,” ujar Silvi Yani kepada peneliti sehingga menciptakan inovasi kemplang yang terbuat dari ikan lele. Pemahaman Kewirausahaan Mandiri yang mereka terapkan kemudian berpegangan pada pengembangan konsep 4P atau P4 dalam *Marketing Mix*, yakni *Product, Price, Place, Promotion*. Bauran pemasaran *marketing mix* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi volume penjualan dalam suatu perusahaan(Mas’ari et al., 2020) terhadap usaha Kemplang Lele pada UMKM Anugerah Lele di Desa Pulau Harapan Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin. Menurut kotler dan armstrong menyatakan bahwa bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran(Daryanto et al., 2019).

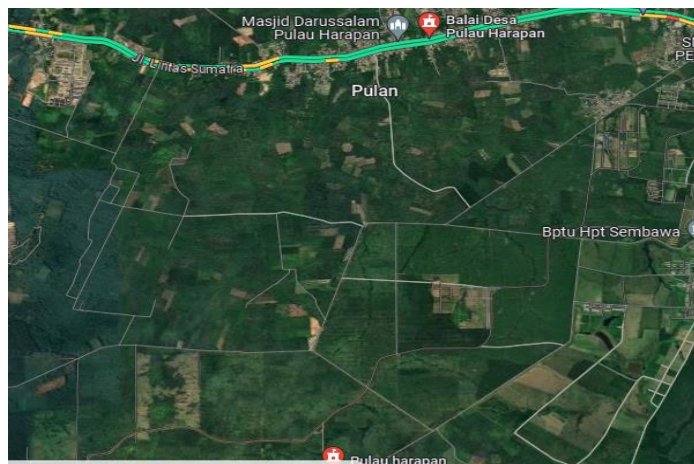
Metode Pelaksana

Metode dalam pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode observasi dan wawancara serta pendampingan mitra bersama masyarakat sekitar dan mahasiswa STISIPOL Candradimuka. Pengabdian ini perlu dikembangkan dengan menggunakan

strategi yang baik untuk menghasilkan artikel ilmiah. Capaian tujuan yang diharapkan, perlunya langkah-langkah sebagai berikut:

1. Melakukan observasi dan wawancara. Metode ini dilakukan dengan masyarakat dan pelaku usaha untuk melihat pemahaman dan pengetahuan terhadap pembukuan sederhana terkait keuangan dan penganggaran. Keuntungan atau kerugian yang dihasilkan UMKM dapat menjadi bahan pertimbangan ekspansi pasar dan keputusan startegis(Fanni Husnul Hanifa, Agus Maolana H, Andrieta Shintia Dewi & Widya Sastika, 2013).
2. Pendampingan, metode ini dapat dengan mudah dilaksanakan disertai sosialisasi supaya dapat menguasainya. Kegiatan pelatihan dan pendampingan menarik serta relatif cepat dan menarik perhatian masyarakat sehingga aktif untuk berdiskusi(Fadjri Ramadhani, Alysha Setyo Endah Widodo, Aprilia Setiyowati Astungkara, Agni Chomsatu, 2021).

Gambar Lokasi Pengabdian kepada Masyarakat dapat dilihat pada Gambar 2 dan metode pelaksanaan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 2. Lokasi Desa Pulau Harapan Kabupaten Banyuwangi
Sumber: diolah oleh Penulis, 2023



Gambar 3. Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat
Sumber: diolah oleh Penulis, 2023

Hasil dan Pembahasan

Adapun model yang dipilih dan dikembangkan adalah P4K KEMPLEE. P4K KEMPLEE adalah singkatan dari Pengembangan P4 (*Product, Price, Place, Promotion*) Kewirausahaan Kemplang Lele. P4K KEMPLEE menjadi tema besar pelaksanaan pada UMKM Anugerah Lele di Desa Pulau Harapan, Sembawa, Banyuasin, Sumatra Selatan. Adapun pengembangan P4K KEMPLEE sendiri dilakukan dengan melaksanakan lima kegiatan utama atau Panca Aksi, yaitu: [1] Penamaan Brand, [2] Pembuatan Logo Produk, [3] Pembuatan Akun Media Sosial [4] Pelaksanaan Seminar Kewirausahaan, dan [5] Pemberian Bantuan Sarana Produksi. Konsep P4K KEMPLEE yang merupakan singkatan dari Pengembangan P4 (*Product, Price, Place, Promotion*) Kewirausahaan Kemplang Lele mengambil teori dasar tentang Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix*. Bauran Pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan atau pemilik produksi untuk merumuskan penawaran produk atau layanan bagi pelanggannya dengan memadukan elemen-elemen pemasaran seperti Produk/Layanan (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*) yang biasanya disingkat dengan 4P Marketing Mix.

Tujuan utama dari strategi Bauran Pemasaran ini adalah untuk membuat produk yang tepat dengan harga yang tepat dan di tempat yang tepat dengan promosi yang tepat juga. Adapun Konsep Bauran Pemasaran atau Marketing Mix ini pertama kali diperkenalkan oleh Neil Borden pada tahun 1964 melalui artikelnya yang berjudul "*The Concept of the Marketing Mix*" (Sjawal et al., 2020). Konsep Marketing Mix yang dikemukakan oleh Neil Borden ini pada dasarnya terinspirasi dari gagasan James Culliton yang mengumpamakan fungsi Manajer Pemasaran sebagai "Pembaur Bahan-bahan" atau "*Mixer of Ingredients*" pada tahun 1948. Neil Borden merincikan bahan-bahan yang dimaksud ini menjadi 12 elemen, yaitu Perencanaan Produk, Harga, Branding, Saluran Distribusi, Penjualan Pribadi, Iklan, Promosi, Pengemasan, Penampilan, Pelayanan, Penanganan Fisik, Pencarian Fakta dan Analisisnya. Dari 12 elemen ini kemudian dikelompokkan oleh E. Jerome McCarthy menjadi 4 kategori tingkat tinggi yang kita kenal sekarang sebagai Model Bauran Pemasaran 4P atau 4P *Marketing Mix*. Konsep ini yang lalu menjadi dasar konsep P4K KEMPLEE. Penjelasan Konsep Pembauran Pemasaran di atas, berikut ini penjelasan dari pelaksanaan atau aplikasi pengembangan P4K KEMPLEE pada produk Kemplang Lele UMKM Anugerah Lele, yaitu:

1. **Product**

Makanan dan manusia. Dua unsur yang tidak akan pernah dapat terpisahkan. Menurut Abraham Maslow dalam Teori Kebutuhan Dasar Manusia, menyebutkan bahwa manusia mempunyai lima kebutuhan. Adapun persoalan makan, dari lima tingkatan kebutuhan, yakni: kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan dan keselamatan, kebutuhan sosial (Sari & Dwiarti, 2018). Kemplee adalah kemplang lele yang diproduksi oleh UMKM Anugerah Lele Desa Pulau Harapan, Sembawa, Banyuasin, sebuah olahan dari ikan lele yang menjadi varian bahan makanan untuk pembuatan kemplang. Kemplang sendiri adalah turunan ke-6 dari pempek yang sebelumnya dipahami hanya bisa dibuat dari 3 ikan, yakni belida, gabus dan tenggiri. Berikut ini Skema Segitiga Kuliner Kemplang Lele yang dikembangkan peneliti dari Teori Segitiga Kuliner Levi Strauss, yaitu:



Gambar 4. Segitiga Kuliner Kemplee
Sumber: diolah oleh Penulis, 2024

Tiga kolam terpal yang dimiliki UMKM Anugerah Lele dalam 1 tahun mereka dapat melakukan panen 4-5kali atau dengan lama budidaya lele yakni 2,5 s/d 3 bulan yang kemudian dapat langsung dijual atau diolah menjadi beberapa panganan. Selain kemplang lele, pengembangan produk selanjutnya adalah stik lele, nugget lele, pempek lele dan kemplang tulang dan kulit lele sehingga tidak menghasilkan limbah dari budidaya ikan lele yang mereka lakukan.



Gambar 5. Proses Penggorengan dan Pengemasan
Sumber: diolah oleh Penulis, 2024

2. Price

Harga jual Kempiang Lele “KEMPLEE” menyesuaikan harga produksi dan distribusi Kempiang Lele sendiri. Harga jual saat ini, yaitu kantong kecil seharga Rp10.000 dan kantong besar seharga Rp20.000. Kemplee diproduksi di UMKM Anugerah Lele, Desa Pulau Harapan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan.



Gambar 6. Bersama Mitra (UMKM Anugerah Lele)

Sumber: diolah oleh Penulis, 2023

Saat ini UMKM Anugerah Lele memiliki sekitar 20 anggota yang aktif melakukan kegiatan untuk mengembangkan produksi dan pemasaran dari UMKM Anugerah Lele. Awal kunjungan pada 4 Desember 2020, mahasiswa sudah langsung diajari proses produksi kemplang lele, yakni panen lele dari kolam terpal, menyiangi lele, mengolah daging lele menjadi pempek, lalu pemotongan pempek menjadi kemplang, penjemuran kemplang, penggorengan kemplang, hingga pengemasan kemplang.

3. Promotion

Menurut Ketua UMKM Anugerah Lele Silvi Yani, kegiatan promosi untuk memasarkan Kemplang Lele yang sudah dilakukan adalah dengan menggunakan media sosial dan via telepon dengan sasaran pasar, yakni lokal seperti warung dan individu/rumah tangga. Mengamati kegiatan promosi yang masih sederhana itu, maka pihak mahasiswa KKNTSTISIPOL Candradimuka pun menyusun perencanaan untuk membantu pengembangan pemasaran Kemplang Lele UMKM Anugerah Lele yang akan dijabarkan lebih lanjut pada point selanjutnya terdapat lima kegiatan utama yang dilakukan, kemudian diberi nama Panca Aksi. Berikut ini penjelasan dari pelaksanaan pengembangan P4K KEMPLEE yang dilakukan dengan melaksanakan P5 atau Panca Aksi tersebut, yaitu:

a. Penamaan Brand

Selaku Dosen sekaligus tim pengabdian, Sumarni Bayu Anita, S.Sos, M.A memberikan usulan untuk menamakan Kemplang Lele menjadi KEMPLEE. KEMPLEE sendiri merupakan singkatan dari Kemplang Lele dengan penyebutan dengan Bahasa kekinian. Usulan diberikan pada pertemuan pertama antara pihak STISIPOL Candradimuka dengan pihak UMKM Anugerah Lele pada 4 Desember 2020, untuk kemudian dipertimbangkan dan kemudian disetujui dan dilakukan proses selanjutnya, yakni pembuatan logo produk.

b. Pembuatan Logo Produk

Pembuatan logo produk dilakukan oleh salah satu mahasiswa STISIPOL Candradimuka, yakni Gading Prama Iswara. Ada 2 logo yang dibuat, yakni *Sticker* Kemplee Bulat dan Label Kemplee Persegi. Keduanya kemudian di-*launching* bersamaan dengan pelaksanaan seminar kewirausahaan pada 22 Desember 2020. Dari visualisasi logo yang

dibuat menunjukkan gambar ikan lele sebagai bahan utama pembuatan kemplang, sertawarna kuning untuk menunjukkankehangatan kuliner serta informasi akan identitas dari UMKM Anugerah Lele sendiri yang menyebut diri sebagai Poklashsar (Kelompok Pengolahan Pemasaran) Anugerah Lele Desa PulauHarapan Sembawa Banyuasin SumatraSelatan dengan No WA 0812 2005 2872dan akun IG @kemplanglele.



Gambar 7. Sticker dan Label persegi KEMPLEE Poklashsar Anugerah Lele
Sumber: diolah oleh Penulis, 2023

c. Pembuatan Akun Media Sosial

Pembuatan akun media sosial khusus dibuat untuk membantu agar Kemplang Lele lebih dikenal oleh khalayak. Pembuatan akun media sosial Instagram @kemplanglele ini dibuat oleh mahasiswa STISIPOL Candradimuka atas nama Rio Setiawan dan dikelola sebagai admin oleh Ramlan. Kemudian diserahkan email dan password kepada pihak UMKM Anugerah Lele berbarengan dengan pelaksanaan seminar kewirausahaan. Pemilihan Instagram ketimbang media sosial yang lain karena secara persentase saat ini generasi millennial lebih banyak menggunakan Instagram.



Gambar 8. Media Sosial Kemplang Lele
Sumber: diolah oleh Penulis, 2023

d. Seminar Kewirausahaan

Pelaksanaan Seminar Kewirausahaan P4K KEMPLEE: Pengembangan P4 (*Product, Price, Place, Promotion*) Kewirausahaan Kemplang Lele pada UMKM Anugerah Lele di Desa Pulau Harapan, Sembawa, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan bertempat di Gedung Serba Guna Desa Pulau Harapan, Sembawa, Banyuasin pada hari Rabu, 22 Desember 2020 pukul 9.00-11.30 WIB menjadi puncak kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam rangka Pengabdian kepada Masyarakat Candradimuka Tahun 2020.



Gambar 9. Kegiatan Seminar Kewirausahaan P4K KEMPLEE

Sumber: diolah oleh Penulis, 2023

Bertindak selaku narasumber, yaitu Sumarni Bayu Anita, S.Sos, M.A (Waket III STISIPOL Candradimuka, Dosen Ilmu Komunikasi, Penasehat GenPI Sumsel), Silvi Yani (Ketua UMKM Anugerah Lele) dan Gatot Zalendra, S.IP (Kepala Desa Pulau Harapan) dengan menghadirkan 50 peserta dari masyarakat Desa Pulau Harapan, Sembawa, Banyuasin. Selain seminar juga dilaksanakan Launching IG & Logo Brand KEMPLEE, serta pemutaran video. Salah satu Mahasiswa STISIPOL Candradimuka, Muh. Afridomansyah (23), mengatakan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Kewirausahaan Mandiri di Desa Pulau Harapan ini sangat berguna tidak hanya untuk masyarakat Desa Pulau Harapan namun juga untuk mahasiswa sendiri. “Kami bersyukur banyak pelajaran yang kami dapati, dan kami juga bisa menyalurkan teori-teori yang kami dapat di bangku kuliah selama ini dalam kerja nyata. Semoga di bawah bimbingan dari dosen pembimbing kami dan kerjasama antar anggota Kelompok 10 mampu membuahkan hasil maksimal untuk ibu-ibu yang tergabung dalam UMKM Anugerah Lele,” ungkapnya. Pernyataan ini sekaligus publikasi mengenai kegiatan seminar kewirausahaan P4K KEMPLEE sendiri sudah dimuat pada dua media online, yakni sumselterkini.co.id dan garudapos.com.

Selain kegiatan nonfisik, STISIPOL Candradimuka juga memberikan bantuan fisik sarana produksi kepada UMKM Anugerah Lele berupa 3 alat pemotong kemplang. Alat ini sendiri diusulkan oleh dua orang mahasiswa Septi Anggeraini dan Valeria Agnes Jinna P.Okny yang kemudian dibeli oleh Septri Wahyuni menggunakan dana yang memang telah dialokasikan oleh kampus STISIPOL Candradimuka Palembang. Bantuan fisik ini sendiri juga sudah diserahkan berbarengan dengan pelaksanaan seminar kewirausahaan langsung kepada Ketua UMKM Anugerah Lele Silvi Yani. Berikut ini dampak dan manfaat kegiatan yang dilakukan dalam tajuk Panca Aksi, yaitu:

1. Penamaan Brand Semula tidak memiliki nama khusus untuk produk kemplang lelenya, kini UMKM Anugerah Lele dapat menyebut KEMPLEE untuk produk kemplang lele yang diproduksi.
2. Pembuatan Logo Produk Kini UMKM Anugerah Lele juga bisa memberikan sticker maupun label pada setiap kemasan Kemplang Lele yang akan dipasarkan. Hal ini menambah nilai branding dari produk Kemplang Lele itu sendiri.
3. Pembuatan Akun Media Sosial Adanya akun Instagram @kemplanglele membuat pihak UMKM Anugerah Lele dapat lebih gencar dalam mempromosikan produk maupun kegiatan yang dilakukan. Hal ini berdampak pada peningkatan hasil penjualan Kemplang Lele juga.
4. Pelaksanaan Seminar Kewirausahaan Dari 50 peserta yang hadir ke lokasi seminar, mereka diberikan fasilitas berupa materi seminar mengenai kewirausahaan, snack, sertifikat serta doorprize untuk 3 orang peserta yang beruntung.
5. Pemberian Bantuan Sarana Produksi Pasca penyerahan bantuan fisik, pihak mahasiswa KKN pun berupayamelakukan peninjauan atas kegiatanyang sudah dilakukan dalam PancaAksi KKNT SC 10. Melalui saranaWA, pihak UMKM Anugerah Lele menyatakan bahwa alat pemotong kemplang yang diberikan mahasiswa sangat berguna untuk membantu proses produksi Kemplang Lele sendiri. Hal ini merupakan manfaat kegiatan yang dapat langsung dirasakan oleh masyarakat.

Kesimpulan dan Saran

Hasil analisis ditemukan bahwa tema Kewirausahaan Mandiri akan sangat efektif dalam pengembangannya dengan menuntut keaktifan di Desa Pulau Harapan Sembawa Banyuasin dengan baik menawarkan program pengabdian masyarakat yang efektif dilaksanakan pada UMKM Anugerah Lele dengan nama Panca Aksi, yaitu: (1) Penamaan brand, (2) Pembuatan logoproduct, (3) Pembuatan akun mediasosial, (4) Pelaksanaan seminar kewirausahaan, dan (5) Pemberian bantuan sarana produksi. Bahwa dari pemahaman konsep atau teori yang baik, yakni Bauran Pemasaran atau *Marketing Mix* dalam 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dapat diterapkan pada level UMKM, yakni Kewirausahaan Mandiri KEMPLEE (Kemplang Lele) pada UMKM Anugerah Lele di Desa Pulau Harapan, Sembawa Banyuasin Sumatera Selatan. Pengabdian kepada masyarakat menciptakan berbagai kegiatan yang bermanfaat seperti yang tergabung dalam Panca Aksi sudah terlaksana selama periode Tahun 2020.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka pemerintah diharapkan dapat memberikan bantuan dengan memperhatikan kebutuhan dan signifikansi pemanfaatan pada masing masing subsektor dan skala usaha sehingga bantuan yang diberikan dapat lebih tepat sasaran dan lebih optimal dalam mendorong laju pertumbuhan ekomi kreatif di Indonesia. Memberikan bimbingan pelatihan teknis terkait pemanfaatan usaha pada UMKM yang ada di wilayah Kabupaten Banyuasin. Selain itu, diiringi dengan bertambahnya membangun jaringan internet di daerah-daerah yang masih belum digapai oleh jangkauan internet pada daerah.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada STISIPOL Candradimuka Palembang (Ketua, Wakil Ketua, LPPM, Kaprodi dan tim pengabdian). Pemerintah Desa Pulau Harapan (Kades Gatot Zalendra, S.IP, dan Sekdes Bambang Sastrawan, A.Md). Pemerintah Kecamatan Sembawa (Sekcam Drs. Erman Taufik MM), pengelola UMKM Anugerah Lele (Ketua Silvi Yani dan Anggota), PPL Perikanan Kec. Sembawa (Melinda Febrianti, S.Pi), dan masyarakat Desa Pulau Harapan, Sembawa Kabupaten Banyuasin. Mahasiswa STISIPOL Candradimuka 2020, yaitu: Ramlan, Pey, Nazirin, Erlina, Rully, Rio, Selvi, Gading, Septi, Septri, Sherly, Rikky, Ida, Shaza, Ibrahim, Yulia, Afridomansyah, dan Rahmansyah.

Daftar Pustaka

- Apriani, D. (n.d.). *Analisis Pengelolaan Keuangan Desa Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 113 Tahun 2014 (Studi Kasus Pada Desa Pulau Harapan Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin)*. [Univeristas Muhammadiyah Palembang]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/496/1/SKRIPSI334-1704258699.pdf
- Daryanto, L. H., Hasiholan, L. B., & Seputro, A. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak "Setiabudi" Pak Man Semarang. *Journal of Management*, 5(5), 1-7.
- Fadjri Ramadhani, Alysha Setyo Endah Widodo, Aprilia Setiyowati Astungkara, Agni Chomsatu, Y. (2021). PENGEMBANGAN UMKM MELALUI SOSIALISASI DAN PENYULUHAN GUNA MENUNJANG KEBERLANGSUNGAN USAHA DI MASA PANDEMI COVID-19. *SIDOLUHUR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 14-21. <https://journal.uniba.ac.id/index.php/jpm/article/view/255/174>
- Fanni Husnul Hanifa, Agus Maolana H, Andrieta Shintia Dewi, A. W., & Widya Sastika, R. H. (2013). SOSIALISASI MANFAAT AKUNTANSI UNTUK MENINGKATKAN PENGETAHUAN PARA PEDAGANG KAKI LIMA DI STADION BANGKALAN. *Pengabdian Kepada Masyarakat UNINUS*, Vol. 3(No. 1), 30-40. <http://103.66.199.204/index.php/JPKM/article/view/39>
- Kabupaten Banyuasin. (2020). *Produksi Ikan Banyuasin Suplai Kebutuhan Ikan Nasional*. Kabupaten Banyuasin. <https://banyuasinkab.go.id/2020/08/produksi-ikan-banyuasin-suplai-kebutuhan-ikan-nasional/>
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Sari, E., & Dwiarti, R. (2018). Pendekatan Hierarki Abraham Maslow pada prestasi kerja karyawan PT. Madubaru (PG Madukismo) Yogyakarta. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 6(1), 58. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v6i1.421>
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. . . (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus Pada Konsumen Blen.Co Café Manado) Effect of Marketing Mix on Consumer Decisions To Choose Cafes (Case Study on Blen.Co Café Manado Consumers). 379 *Jurnal EMBA*, 8(3), 379-388.
- Wikipedia. (2023). *Pulau Harapan, Sembawa, Banyuasin*. Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Pulau_Harapan,_Sembawa,_Banyuasin