

STRATEGI PENGEMBANGAN KOMODITI SUNGAI UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN PENDUDUK LOKAL DI DESA SUNGAI LEBUNG ULU KEC. PEMULUTAN SELATAN(KEMPLANG IKAN SEPAT)

Iis Maini, Mohammad Kurniawan DP

Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri
2022510019@students.uigm.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the strategy of river commodity development in order to increase the income of local residents in Sungai Lebung Ulu Village, South Pemulutan District, Ogan Ilir Regency. The main focus of this study is the development of sepat fish commodities which are the main fishery products in the area. The method used in this study is a qualitative approach with interview techniques, observation, and documentation studies. The results of the study indicate that the development of sepat fish commodities in the village has great potential in increasing community income, both through fish cultivation and processing of derivative products, such as sepat fish crackers. The proposed development strategy includes increasing fish cultivation capacity, training in product processing skills, and strengthening product marketing both at the local and regional levels. With the implementation of the right strategy, it is expected to improve the welfare of village communities and create sustainable business opportunities.

Keywords: development, river commodities, sepat fish.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan komoditi sungai dalam rangka peningkatan pendapatan penduduk lokal di Desa Sungai Lebung Ulu, Kecamatan Pemulutan Selatan, Kabupaten Ogan Ilir. Fokus utama dari penelitian ini adalah pengembangan komoditi ikan sepat yang merupakan hasil perikanan utama di daerah tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan komoditi ikan sepat di desa tersebut memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, baik melalui budidaya ikan maupun pengolahan produk turunannya, seperti kemplang ikan sepat. Strategi pengembangan yang diusulkan mencakup peningkatan kapasitas budidaya ikan, pelatihan keterampilan dalam pengolahan produk, serta penguatan pemasaran hasil produk baik di tingkat lokal maupun regional. Dengan implementasi strategi yang tepat, diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa serta menciptakan peluang usaha yang berkelanjutan.

Keywords: Pengembangan, komoditi sungai, ikan sepat.

PENDAHULUAN

Desa Sungai Lebung merupakan tempat yang sangat indah dan juga banyak manfaat untuk masyarakat dimana sungai tempat desa tersebut bisa

menjadi ladang penghasilan masyarakat bukan hanya untuk kebutuhan sehari-hari sungai tersebut sering sekali menjadi tempat masyarakat mencari ikan, dan sungai tersebut bisa menjadi daya tarik masyarakat di luar desa,

karena memiliki suasana yang tenang, damai dan sejuk ini merupakan peluang atau bisa menjadi strategi untuk pengembangan komoditi sungai untuk peningkatan pendapatan lokal di Desa Sungai Lebung.(Okgarianda dkk., 2018)

Desa Sungai Lebung Ulu, yang terletak di Kecamatan Pemulutan Selatan, Kabupaten Ogan Ilir, memiliki sumber daya alam yang melimpah, terutama ikan sepat yang dapat dijadikan bahan baku untuk produk olahan lokal, seperti *kemplang ikan sepat*. Masyarakat desa ini sebagian besar menggantungkan hidupnya pada sektor perikanan dan pengolahan produk berbasis ikan. *Kemplang ikan sepat* merupakan salah satu produk tradisional yang berpotensi untuk dikembangkan secara komersial. (Fitriyanti, 2018)

Desa Sungai Lebung, dengan segala potensi yang dimilikinya, memiliki peluang besar untuk mengembangkan sector pendapatan penduduk lokal UMKM. Namun, berbagai kendala masih menghalangi upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. (Yuardani dkk., 2021)

Ikan sepat memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi, dan dapat diolah menjadi produk olahan yang bernilai tambah, seperti *kemplang ikan sepat*. Produk *kemplang ikan sepat* merupakan salah satu produk olahan tradisional yang sudah dikenal oleh masyarakat sekitar. Selain itu, komoditas ini berpotensi untuk diperkenalkan ke pasar yang lebih luas, mengingat keunikan rasa dan kualitas bahan baku yang berasal dari ikan sepat lokal. (Meranti, 2022)



Gambar 1.1 Lokasi UMKM Kemplang Ikan Sepat

METODE

Kegiatan ini diawali dengan survei langsung ke lokasi pembuatan *kemplang ikan sepat*. Setelah melakukan survei kami berdiskusi pada pemilik *kemplang ikan sepat* untuk pembuatan logo dan banner. Berikut Langkah-langkah pelaksanaan:

1. Survei

Pada tahap ini kami bekerja sama dengan Masyarakat Desa Sungai lebung untuk melaksanakan survei terhadap pelaku usaha *kemplang ikan sepat*. Dari survei ini kami berhasil mengumpulkan beberapa penemuan seperti, mendapatkan data mengenai Sejarah usaha, strategi pemasaran yang telah diterapkan, serta tantangan dalam branding yang dihadapi di desa Sungai lebung.

2. Persiapan

Pada tahap ini kami memilih untuk menciptakan logo yang mampu memunculkan citra merek yang kuat serta berkontribusi pada retensi pelanggan Pembuatan logo dilakukan melalui pengamatan visual dan pemilihan warna yang mudah diingat dan dikenali oleh konsumen. Selain

merancang logo, kami juga berencana untuk mendukung pemasaran *offline* dengan mendesain banner promosi bagi bisnis tersebut.

3. Pelaksanaan

Pada tahap ini kami melaksanakan wawancara tatap muka setelah menyelesaikan pembuatan banner dan menyerahkan logo usaha. Kami berusaha memanfaatkan logo dengan seoptimal mungkin untuk memasarkan brand dalam produksi kemplang ikan sepat.



Gambar 1.2. penangkapan ikan sepat



Gambar 1.3 Proses pembuatan kemplang ikan sepat

Pembuatan kemplang ikan sepat dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan

pekerjaan, dan memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi yang melibatkan berbagai aspek, mulai dari pelatihan keterampilan, pengembangan infrastruktur, hingga pemasaran produk. (Perwirasari & Sukmawati, 2020)



Gambar 1.4. proses pembakaran kemplang yang kering

HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding yang efektif tidak hanya membuat kemplang menjadi lebih terkenal, tetapi juga menambah jumlah pelanggan baru. Desain logo dan banner berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan. Para pembeli baru yang sebelumnya tidak pernah melakukan langganan mulai menunjukkan minat untuk membeli produk. (Fadhilatunnur dkk., 2022)

Pelanggan yang sudah ada sebelumnya menunjukkan kesetiaan yang lebih besar dengan meningkatkan jumlah pembelian, yang menunjukkan bahwa identitas merek telah memperkuat ikatan dengan konsumen lama. (Wachdijono, 2019)

Penggunaan logo sebagai simbol visual yang lebih profesional dan pemasangan spanduk sebagai alat promosi secara *offline* telah berhasil meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produksi kemplang ikan sepat.

Identitas merek yang jelas dan profesional pembuatan kemplang ikan sepat ini lebih diandalkan oleh masyarakat yang pada akhirnya memperkuat kesetiaan pelanggan. (Yuardani dkk., 2021)



Gambar 1.5. ikut menjual dan membeli produk UMKM

Pengembangan produk kemplang ikan sepat dimulai dengan pemberian pelatihan kepada masyarakat setempat mengenai teknik pembuatan kemplang yang lebih efisien dan higienis. Pelatihan ini juga mencakup aspek manajerial, seperti cara mengelola usaha kecil dan menengah (UKM) agar dapat berkembang dengan baik. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki antusiasme yang tinggi untuk mempelajari teknik baru dalam pengolahan ikan sepat. Hal ini memberi dampak positif terhadap peningkatan keterampilan mereka dalam menciptakan produk dengan kualitas yang lebih baik. (Syarbiah, 2022)

produk kemplang ikan sepat semakin dikenal di pasar luar daerah, bahkan di kota-kota besar. Penggunaan media sosial sebagai saluran pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan permintaan produk dari berbagai daerah. Pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan ini diharapkan

dapat menjaga kelestarian ikan sepat dan mendukung produksi kemplang ikan sepat dalam jangka panjang. (Laksamana Putra, 2023)

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat yang melibatkan mahasiswa KKN-T di Desa Sungai Lebung berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu pelaksanaan program Pengembangan komoditi pembuatan kemplang ikan sepat, Strategi pengembangan yang perlu diterapkan meliputi peningkatan kemampuan budidaya ikan sepat, pelatihan keterampilan pengolahan, serta penguatan sistem pemasaran yang efektif untuk memperluas distribusi produk. Selain itu, dukungan pemerintah dan kerjasama antar stakeholder juga sangat penting untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif. Dengan penerapan strategi tersebut, diharapkan kesejahteraan masyarakat desa akan meningkat secara signifikan melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan peluang usaha yang berkelanjutan. (Basriwijaya & Fitriana, 2021)

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Indo Global Mandiri Palembang terutama kepada dosen pembimbing kami Bapak Mohammad Kurniawan DP, SE., M.Si yang telah membimbing kami selama kegiatan KKN-T yang telah memberikan kami kesempatan untuk melaksanakan program KKN-T dan mendukung pelaksanaannya pada tahun 2024. Tim penulis juga menyampaikan terima kasih atas dukungan, semangat, dan antusiasme dari kepala desa sungai lebung, perangkat desa sungai lebung serta masyarakat desa sungai lebung

yang telah menerima dan mendukung kegiatan program KKN-T

DAFTAR PUSTAKA

- Basriwijaya, K. M. Z., & Fitriana, L. (2021). PERAN KOMODITI PERKEBUNAN RAKYAT UNGGULAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DAN PELESTARIAN LINGKUNGAN DI KAWASAN SUNGAI BATANG LUBUH KABUPATEN ROKAN HULU. *JURNAL AGRICA*, 14(1), 58–70. <https://doi.org/10.31289/agric.a.v14i1.4278>
- Fadhilatunnur, H., Faza, M. A. D., Anam, M. F., Vera, I., Desyani, N. A., Mufidha, A. I., Farizah, N., Arifah, Y. Z., Puruhitaningrum, S., & Ferawati, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Desa Rowokembu melalui Pelatihan Budikdamber dan Kebun Gizi sebagai Alternatif Pemenuhan Bahan Pangan. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(3), 253–261. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.8.3.253-261>
- Fitriyanti, S. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN IKM BERBASIS KOMODITAS ITIK ALABIO & PURUN DI KAB. HULU SUNGAI UTARA THE ANALYSIS OF SMEs BASED ON ITIK ALABIO & PURUN COMMODITIES DEVELOPMENT IN HULU SUNGAI UTARA REGENCY. 13, 67–72.
- Laksamana Putra, I. (2023). UPAYA PENINGKATAN EKONOMI DI DESA SUNGAI RAYA PADA PASCA COVID 19.
- Meranti. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL BERBASIS KOMODITAS.
- Okgarianda, J., Widodo, S., & Mulki, G. Z. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN TRANSPORTASI SUNGAI DALAM MENUNJANG PENGEMBANGAN POTENSI KAWASAN YANG DILALUI JALUR SUNGAI MELAWI.
- Perwirasari, D. N., & Sukmawati, A. M. (2020). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Berbasis Industri Kreatif di Kota Mojokerto. *Jurnal Penataan Ruang*, 95. <https://doi.org/10.12962/j2716179x.v15i2.7653>
- Syarbiah, S. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KOMODITAS SAGU DI KECAMATAN ANGGABERI SAGO COMMODITY ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY IN ANGGABERI DISTRICT. *Jurnal Agri Sains*, 6(1). <http://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/JAS/index>
- Wachdijono. (2019). STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI TEH RAKYAT KECAMATAN SUKANAGARA KABUPATEN CIANJUR.
- Yuardani, A. M., Heriyanto, H., Qadri, U., Rinaldi, H., Wana, D., Tandra, R., Sulaiman, S., & Prestoroika, E. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pendampingan untuk Pengembangan Pariwisata pada

Iis Maini,dkk. Strategi Pengembangan Komoditi Sungai Untuk Peningkatan...

Desa Sungai Kupah. *Jurnal
Abdidas*, 2(2), 176–185.
[https://doi.org/10.31004/abdidas.
v2i2.239](https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.239)