

Pemberdayaan masyarakat desa pulau harsapan melalui inovasi produk Kemplang Tunu sebagai alternatif usaha kreatif

Shevanova Putri Anjani*, Naila Siti Azfa, Chelsea Luthfia Diinah

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: shevanova50@gmail.com)

Received: 10-September-25; Revised: 16-October-25; Accepted: 10- November-25

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in Indonesia's economy, contributing more than 60% to GDP and accounting for 97% of the workforce. However, culinary MSMEs in Palembang still face challenges, including a lack of product innovation, ineffective marketing strategies, and unattractive packaging. This community service program aims to empower the people of Pulau Harapan Village through the product innovation of *kemplang tunu* as a creative business alternative, using a participatory, innovative approach comprising several stages: initial observation, product design, digital promotion and training, packaging innovation, and evaluation and monitoring. The program introduces an innovative *kemplang* product served with *cuko*, a traditional Palembang sauce, to the local PKK women's group, while providing training in digital marketing through platforms such as Facebook Pro, TikTok Shop, and WhatsApp Business, and educating participants on creating attractive, hygienic packaging. The results show increased community knowledge of product innovation, improved skills in digital marketing and modern packaging techniques, and a stronger entrepreneurial spirit among PKK women, who can also continue their primary occupation as rubber farmers.

Keywords: MSMEs, *Kemplang Tunu*, Product Innovation, Digital Promotion, Community Empowerment.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan penyerapan 97% tenaga kerja. Namun, UMKM kuliner di Palembang masih menghadapi tantangan berupa kurangnya inovasi produk, pemasaran yang belum efektif, dan pengemasan yang kurang menarik. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Pulau Harapan melalui inovasi produk kemplang tunu sebagai alternatif usaha kreatif. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dan inovatif dengan tahapan observasi awal, perancangan inovasi produk, pelatihan promosi digital, inovasi pengemasan, serta evaluasi dan monitoring. Program ini memperkenalkan inovasi kemplang yang disajikan dengan cuko khas Palembang kepada kelompok ibu-ibu PKK, memberikan pelatihan promosi melalui media sosial (Facebook Pro, TikTok Shop, dan WhatsApp Business), serta edukasi pengemasan produk yang menarik dan higienis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan wawasan masyarakat tentang inovasi produk, kemampuan strategi promosi digital, dan keterampilan pengemasan modern. Dampak program terlihat dari meningkatnya semangat berwirausaha ibu-ibu PKK sambil tetap menjalankan pekerjaan utama sebagai petani karet.

Kata kunci: UMKM, Kemplang Tunu, Inovasi Produk, Promosi Digital, Pemberdayaan Masyarakat.

How to cite: Anjani, S. P., Azfa, N. S., & Diinah, C. L. (2025). Pemberdayaan masyarakat desa pulau harapan melalui inovasi produk Kemplang Tunu sebagai alternatif usaha kreatif. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(4), 733–741.

<https://doi.org/10.53088/penamas.v5i4.2286>



1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang sangat berpengaruh dalam menunjang perekonomian nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022 mencatat bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Dengan kemampuan tersebut, UMKM bukan hanya menjadi sarana penciptaan lapangan kerja, tetapi juga terbukti mampu bertahan dalam masa krisis ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi di wilayah pedesaan (Riska et al., 2023). Oleh karena itu, penguatan UMKM menjadi langkah penting dalam mencapai kesejahteraan masyarakat dan kemandirian ekonomi (Yulianto et al., 2024).

Dalam upaya meningkatkan daya saing UMKM, peran kewirausahaan sangat menentukan, karena menekankan kreativitas serta inovasi dalam menemukan dan memanfaatkan peluang usaha(Widodo & Putranto, 2024). Peningkatan keterampilan kewirausahaan pelaku UMKM diperlukan agar produk lokal memiliki kemampuan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Pada sektor kuliner di Palembang, kontribusi UMKM cukup besar dalam mendukung pariwisata daerah. Namun, pelaku usaha masih menghadapi kendala seperti kurangnya inovasi produk, pemasaran yang belum optimal, dan kemasan yang belum menarik sehingga visibilitas dan daya saing produk relatif rendah (Terttiaavini et al., 2019). Oleh sebab itu, inovasi berbasis budaya lokal dapat menjadi strategi untuk menambah nilai dan memperkuat karakter kuliner khas daerah.

Salah satu contoh UMKM kuliner yang berkembang adalah usaha kemplang tunu di Desa Pulau Harapan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin. Desa ini didominasi oleh masyarakat berprofesi sebagai petani karet, namun aktivitas ekonomi kreatif melalui usaha rumahan juga mulai meningkat, termasuk produksi kemplang tunu oleh kelompok ibu-ibu PKK (Sari et al., 2022). Kemplang tunu merupakan kerupuk tradisional khas Palembang yang dipanggang dan sudah dikenal sejak lama. Walaupun memiliki potensi yang cukup besar, usaha ini masih menemui beberapa kendala seperti keterbatasan inovasi produk, promosi yang belum luas, kemasan yang kurang menarik dan belum higienis, serta kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital (Riska et al., 2023). Permasalahan tersebut mengakibatkan jangkauan pemasaran yang sempit dan nilai ekonomi produk yang belum optimal.

Sebagai upaya pengembangan, kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui pemberian inovasi berupa pembuatan varian kemplang basah yang disajikan dengan cuko khas Palembang untuk meningkatkan nilai jual dan keunikan produk. Selain itu, pelatihan pemasaran digital melalui media sosial serta perbaikan desain kemasan turut diberikan untuk mendukung pemasaran yang lebih efektif (Syabitha et al., 2022). Dengan peningkatan kemampuan inovasi produk, promosi digital, dan kualitas kemasan, UMKM kemplang tunu diharapkan dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta berkembang menjadi salah satu ikon kuliner lokal yang lebih dikenal hingga tingkat regional maupun nasional (Putra et al., 2021).

2. Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan di Desa Pulau Harapan, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan, dengan kelompok ibu-ibu PKK sebagai target utama karena berperan sebagai pelaku usaha kemplang tunu skala rumahan(Priandi et al., 2022) . Program ini menggunakan pendekatan partisipatif dan inovatif, di mana warga tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat secara aktif pada setiap tahap mulai dari perencanaan hingga evaluasi, sehingga mendorong keberlanjutan kegiatan serta tumbuhnya rasa memiliki terhadap hasil program (Arista et al., 2025).

Tahap Persiapan

Tahap awal berfokus pada pengumpulan informasi dan analisis kebutuhan untuk memastikan program tepat sasaran(Cahyaningtyas & Suherman, 2025) . Kegiatan yang dilakukan mencakup:

1. Survei Pendahuluan, yaitu pengumpulan data mengenai karakteristik mitra dari segi geografi, demografi, sosial, ekonomi, budaya, serta pemetaan pemangku kepentingan yang relevan. Data yang diperoleh kemudian diolah dan disajikan secara deskriptif sebagai dasar penyusunan program.
2. Identifikasi Potensi Mitra, ditujukan untuk mengidentifikasi keunggulan dan sumber daya yang dimiliki kelompok ibu-ibu PKK, baik internal maupun eksternal, yang dapat mendukung pengembangan usaha kemplang tunu.
3. Analisis Kebutuhan Mitra, dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kebutuhan pelatihan, tingkat keterampilan, variasi produk yang mungkin dikembangkan, serta potensi pasar yang dapat dioptimalkan untuk peningkatan usaha.

Tahap Pelaksanaan

Tahap ini berisi kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk menyelesaikan permasalahan utama mitra (Subroto et al., 2023). Pelaksanaan difokuskan pada empat bidang berikut:

1. Bidang Produksi (Inovasi Produk) — pelatihan pembuatan varian *kemplang basah* dengan sajian cuko khas Palembang serta pembiasaan proses produksi yang higienis sesuai standar mutu.
2. Bidang Pemasaran Digital — pelatihan penggunaan platform pemasaran digital (Facebook Pro, TikTok Shop, dan WhatsApp Business) untuk perluasan pasar dan peningkatan penjualan produk.
3. Bidang Pengemasan Produk — pelatihan desain label, pemilihan jenis kemasan yang menarik dan higienis, serta penyelarasannya dengan standar pemasaran produk olahan pangan rumahan.
4. Bidang Manajemen Usaha — edukasi dasar mengenai pembukuan sederhana, pencatatan transaksi harian, serta manajemen usaha rumah tangga/UMKM agar kegiatan usaha berjalan lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Tahap Implementasi Teknologi

Pada tahap ini peserta menerapkan keterampilan yang telah dipelajari secara langsung pada usaha mereka (Octiva et al., 2024). Implementasi dilakukan melalui:

1. Penggunaan alat dan teknik produksi kemplang yang lebih higienis dan efisien,
2. Pemanfaatan platform digital sebagai media promosi dan penjualan,
3. Penerapan desain kemasan baru untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik konsumen,
4. Penggunaan alat bantu digital sederhana untuk pencatatan penjualan dan pelaporan usaha.

Tahap ini memastikan bahwa transfer ilmu tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi berlanjut pada praktik nyata dalam usaha(Maulana et al., 2020).

Tahap Evaluasi

Evaluasi program dilakukan melalui beberapa langkah berikut (Dasir et al., 2020):

1. Observasi Lapangan
Mengamati secara langsung bagaimana peserta menerapkan materi pelatihan dalam proses produksi, pengemasan, pemasaran, dan pengelolaan usaha.
2. Wawancara dan Diskusi
Melakukan tanya jawab dengan peserta untuk mengetahui perkembangan pemahaman, kendala, serta kebutuhan lanjutan terkait inovasi produk dan pemasaran digital.
3. Penilaian Keterampilan Praktis
Mengevaluasi kemampuan peserta dalam mempraktikkan materi, seperti cara mengemas produk dengan benar, membuat konten pemasaran, hingga mengelola usaha kecil.
4. Analisis Hasil Produk Peserta
Menilai kualitas produk yang dihasilkan, mulai dari inovasi rasa/varian, tampilan kemasan, hingga kelayakan pemasaran.
5. Umpan Balik Peserta dan Mitra
Mengumpulkan respon, saran, dan masukan dari peserta serta pihak mitra/kelompok usaha untuk mengetahui dampak nyata program.
6. Dokumentasi Perkembangan Usaha
Mencatat perubahan atau peningkatan yang terlihat dari sisi proses produksi, pemasaran, hingga manajemen usaha selama pelaksanaan kegiatan.

3. Hasil Pengabdian

Pelaksanaan Program Pengabdian

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Desa Pulau Harapan memberikan hasil yang cukup besar bagi para pelaku UMKM, khususnya ibu-ibu PKK yang selama ini mengelola usaha kemplang tunu secara rumahan. Salah satu capaian awal yang paling terasa adalah meningkatnya penget(Oktarini et al., 2021) tahunan masyarakat mengenai inovasi produk . Selama ini, masyarakat hanya memproduksi kemplang tunu dalam bentuk panggang seperti yang biasa dijual di pasaran. Melalui kegiatan pelatihan, peserta diperkenalkan dengan inovasi berupa kemplang basah yang

disajikan bersama cuko khas Palembang. Selama praktik berlangsung, banyak peserta yang menunjukkan antusiasme karena varian baru ini tidak hanya memiliki rasa yang unik, tetapi juga dianggap memiliki peluang pasar yang lebih luas. Dengan adanya inovasi tersebut, kini pelaku UMKM memiliki alternatif produk yang dapat menarik minat konsumen baru tanpa meninggalkan identitas khas kemplang Palembang.



Gambar 1. Foto bersama perangkat inti Ibu-Ibu PKK Desa Pulau Harapan

Selain inovasi produk, kegiatan pelatihan promosi digital juga membawa perubahan yang cukup signifikan. Pada umumnya, pemasaran produk kemplang hanya dilakukan secara konvensional, yakni dijual dari mulut ke mulut, melalui pesanan tetangga, atau diambil langsung ke rumah produksi. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami bahwa promosi melalui media sosial memiliki potensi yang jauh lebih besar. Para peserta belajar cara menarik pelanggan dengan memanfaatkan Facebook Pro, TikTok Shop, dan WhatsApp Business, termasuk teknik membuat foto produk, menulis deskripsi produk, mengunggah konten jualan, dan membalas pesan pelanggan dengan cara yang efektif. Momen ini menjadi pengalaman baru karena sebagian besar peserta belum pernah memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran resmi sebelumnya. Setelah mencoba secara langsung, mereka mengakui bahwa pemasaran digital terasa lebih mudah, hemat biaya, dan menjangkau pembeli yang lebih luas bahkan hingga luar desa.

Kegiatan pengemasan produk juga memberikan wawasan baru yang tidak kalah pentingnya. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan kemasan sederhana yang tidak dilengkapi label atau informasi produk. Setelah pelatihan berlangsung, peserta mulai memahami bahwa kemasan yang menarik, informatif, dan higienis sangat berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Dalam sesi praktik, peserta diperlihatkan berbagai jenis kemasan, mulai dari plastik vakum, stiker label, hingga desain kemasan modern yang mencantumkan informasi seperti komposisi bahan, tanggal produksi, nomor kontak, dan identitas merek. Dengan pengemasan baru ini, peserta merasa produk mereka terlihat lebih profesional, layak dipasarkan di toko oleh-oleh, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi.



Gambar 2. Foto bersama Pelaku UMKM Kemplang Tunu

Gambar 1 menggambarkan kebersamaan setelah kegiatan penyampaian materi dan pelatihan, di mana tim KKN-T UIGM dan masyarakat Desa Pulau Harapan berfoto bersama sebagai simbol kolaborasi. Momen tersebut menunjukkan bahwa masyarakat menyambut program ini dengan antusias dan merasa dilibatkan sebagai mitra dalam pengembangan usaha. Sementara itu, Gambar 2 menunjukkan peserta dan tim pelaksana yang sedang mengamati proses produksi kemplang tunu secara langsung. Selama kegiatan tersebut, peserta dapat melihat seluruh proses mulai dari pengolahan bahan baku, pembentukan adonan, pengeringan, hingga proses pembakaran. Melalui pembelajaran praktik ini, peserta lebih memahami standar produksi yang baik, termasuk kebersihan alat, konsistensi ukuran produk, dan teknik pemanggangan yang merata agar kualitas kemplang tetap stabil.

Dampak awal dari program terlihat dari perubahan pola pikir dan meningkatnya rasa percaya diri ibu-ibu PKK dalam mengembangkan usahanya. Sebagian besar peserta mulai menyadari bahwa usaha kemplang bukan hanya aktivitas sampingan, tetapi memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Walaupun mayoritas peserta tetap bekerja sebagai petani karet, mereka mampu menjalankan usaha kemplang tunu pada waktu senggang dengan lebih terstruktur karena kini memiliki kemampuan tambahan dalam produksi, pengemasan, dan pemasaran. Beberapa peserta juga mulai berdiskusi mengenai rencana branding dan pembuatan nama usaha agar kemplang hasil produksi mereka lebih mudah dikenali.

Secara keseluruhan, pelaksanaan program berhasil membawa perubahan positif. Peserta mendapatkan keterampilan baru, memperoleh motivasi untuk mengembangkan usaha, dan memiliki strategi pemasaran yang lebih modern. Hasil ini sejalan dengan penelitian Junaidi et al. (2025) yang menyatakan bahwa inovasi produk dan pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing UMKM kuliner khas Palembang. Dengan adanya peningkatan keterampilan ini, UMKM kemplang tunu di Desa Pulau Harapan berpeluang menjadi lebih berkembang, memperluas pasar, serta memperkuat identitas kuliner lokal. Program ini juga memberikan fondasi yang kuat bagi kelanjutan usaha sehingga masyarakat tidak hanya mendapat manfaat sesaat,

tetapi dapat terus menerapkan ilmu yang telah dipelajari untuk meningkatkan ekonomi keluarga di masa depan.

Evaluasi Kegiatan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi peserta. Program ini tidak hanya memperkaya pengetahuan teoritis, tetapi juga berhasil mendorong perubahan perilaku serta kemampuan praktik dalam mengembangkan usaha. Peserta menjadi lebih percaya diri dalam memasarkan produk, lebih terampil dalam menciptakan inovasi, serta lebih memahami prinsip pengelolaan usaha yang berkelanjutan. Selain itu, peserta menunjukkan motivasi baru untuk terus memperbaiki kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi digital (Suhendra et al., 2023). Temuan ini menjadi dasar penting untuk melaksanakan program lanjutan berupa pendampingan intensif, pemantauan perkembangan usaha, serta pelatihan yang lebih terarah sesuai kebutuhan masing-masing peserta.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pulau Harapan, dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan UMKM melalui inovasi produk *kemplang basah* dengan cuko khas Palembang serta pelatihan pengemasan dan promosi digital mampu memberikan wawasan baru bagi ibu-ibu PKK sebagai pelaku usaha rumahan. Peserta tidak hanya memperoleh keterampilan dalam menciptakan variasi produk, tetapi juga memahami pentingnya strategi promosi melalui media sosial agar produk lebih dikenal luas. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mendukung peningkatan nilai tambah produk lokal, tetapi juga membuka peluang pengembangan ekonomi desa berbasis kuliner khas Palembang.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Indo Global Mandiri yang telah memberikan fasilitas dan dukungan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di Desa Pulau Harapan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Pulau Harapan beserta jajaran perangkat desa, serta kelompok ibu-ibu PKK dan masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dan kooperatif selama kegiatan berlangsung. Kepada seluruh pihak yang telah membantu baik dalam bentuk dukungan moral, material, maupun kontribusi pemikiran sehingga kegiatan pengabdian dan penyusunan naskah ini dapat terlaksana dengan baik.

Referensi

- Arista, W., Sugianto, B., Yuliza, Y., & Merita, E. (2025). Peran Pemerintah Desa Dalam Upaya Peningkatan PAD Desa Melalui Peningkatan Mutu UMKM Desa Pulau Harapan Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin. *Lex Stricta: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(2), 282–287.
- Cahyaningtyas, K., & Suherman, U. (2025). Need-Assessment sebagai Kunci Perencanaan Program BK Komprehensif: Kajian Systematic Literature Review. *G-Couns: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 9(3), 1657–1671.

<https://doi.org/10.31316/g-couns.v9i3.7412>

Dasir, D., Asiaty, D. I., Yuniarti, E., & Suyatno, S. (2020). Penerapan Ipteks Produk Kemplang Panggang Berkalsium Di Ukm Ibu Permayanti Desa Pantai. *Altifani: International Journal of Community Engagement*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/10.32502/altifani.v1i1.3007>

Junaidi, Y., Purba, K. F., Tafarini, M. F., & Sari, D. W. (2025). Pendampingan Inovasi Kemasan dan Digital Marketing Produk Lokal Kemplang Tunu Pada Kelompok Usaha Perempuan Seroja di Kabupaten Ogan Komering Ilir Community Service in Packaging Innovation and Digital Marketing of Local Product Kemplang Tunu for Seroja Wo. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 4(2), 436–447. <https://doi.org/10.56303/jppmi.v4i2.922>

Maulana, A., Rosalina, V., & Safaah, E. (2020). Implementasi Teknologi Virtual Tour Perpustakaan Menggunakan Metode Pengembangan Multimedia Development Life Cycle (Mdlc). *JSil (Jurnal Sistem Informasi)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.30656/jsii.v7i1.1875>

Octiva, C. S., Haes, P. E., Fajri, T. I., Eldo, H., & Hakim, M. L. (2024). Implementasi Teknologi Informasi pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 815–821. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13823>

Oktarini, R. D., Choiriya, N., Hertati, L., Terttiaavini, Heryati, A., & Asmawati. (2021). Pkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Pengembangan Bisnis Thrifting Shop Sepatu Online. *Journal of Sustainable Community Service*, 1(3), 123–135. <https://doi.org/10.55047/jscs.v1i3.410>

Priandi, M. R., Wijaya, P. O., Khalilly, M. N., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafitri, L., & Munandar, A. (2022). PKM peningkatan daya saing olahan keripik singkong rasa jamur melalui pengembangan kemasan dan digital marketing di Desa Petanang program KKN tematik MBKM. *PRIMA: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 20–29.

Putra, R., Alfitri, Prabujaya, S. P., Abror, M. Y., & Noor, M. (2021). Pendampingan Pengelolaan Industri Kemplang Tunu Dengan Menerapkan Strategi Packaging Di Desa Tanjung Pering Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(11), 167–186. <https://doi.org/10.53625/jpm.v1i11.4055>

Riska, A., Prastiwi, R., Halin, H., & Hidayanti, S. K. (2023). Pengabdian Mahasiswa Mandiri Mendukung Mbkm Kkn Tematik Indo Global Mandiri Pelatihan Membuat Cake Nanas Rasa Buah. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(1), 291–300.

Sari, D. R., Shellamitha, D., Pratama, Y., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafri, L., & Munandar, A. (2022). Pkm Pengembangan Produk Lokal Singkong Menjadi Keripik Singkong Rasa Balado Khas Desa Petanang Program Mbkm Kkn Tematik. *Prima : Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11–19. <https://doi.org/10.55047/prima.v2i1.326>

Subroto, D. E., Supriandi, Wirawan, R., & Rukmana, A. Y. (2023). Implementasi Teknologi dalam Pembelajaran di Era Digital: Tantangan dan Peluang bagi Dunia Pendidikan di Indonesia. *Jurnal Pendidikan West Science*, 1(07), 473–480. <https://doi.org/10.58812/jpdws.v1i07.542>

Suhendra, Ardiansyah, & Trecey Austin. (2023). Penyuluhan Branding Kemasan Kemplang dan Dodol Produk UMKM Desa Tebing Gerinting Indralaya Selatan.

- Jurnal Masyarakat Madani Indonesia, 2(1), 46–56.
<https://doi.org/10.59025/js.v2i1.67>
- Syabitra, F. N., Tsabita, P., Hertati, L., & Heryati, A. (2022). Sosialisasi Kreativitas Mahasiswa Indo Global Mandiri Kegiatan Pidal Kayu (Pinus Design Limbah Kayu) PKM Kewirausahaan Guna Mendukung MBKM. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 56–67. <https://doi.org/10.37403/glow.v2i2.76>
- Tertiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan "Ekemplang Tunu" Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(1), 63–72. <https://doi.org/10.36982/jam.v3i1.780>
- Widodo, S., & Putranto, M. A. (2024). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Inovasi UMKM Dalam Meningkatkan Pariwisata di Desa Klambir Lima Kecamatan Hamparan Perak Deli Serdang. *Sinergi Multidisiplin Sosial Humaniora Dan Sains Teknologi*, 1(1), 140–154.
- Yulianto, T., Rohman, N., & Atasa, D. (2024). Optimalisasi Potensi UMKM Kampung Kue Rungkut sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Sewagati*, 8(5), 2103–2112. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i5.1860>