
PELATIHAN BRANDING PRODUK KEMPLANG SEBAGAI CIRI KHAS DESA MERANJAT III OGAN ILIR

***Arif Rahman Hakim¹ Destriani Dwi Nanti², M.R. Abdul Latief HM³**

¹²³STISIPOL Candradimuka

*Koreponden: arif_rahman@stisipolcandradimuka.ac.id

Abstrak

Desa Meranjat III, Kabupaten Ogan Ilir dikenal sebagai desa produksi kerupuk kemplang. Bahkan, beberapa warganya sudah menjajaki sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Potensi inilah yang seharusnya mulai digagas untuk lebih dikenal lagi terutama dalam pemasarannya. Oleh karena itu, prinsip branding bagi suatu usaha sebenarnya dapat diterapkan sebagai upaya membangun karakter dan memberikan nilai tambah secara ekonomi bagi suatu desa melalui pengembangan potensi dan nilai lokal merupakan kebutuhan pemasaran desa. Namun, proses perencanaan juga perlu didukung oleh pemangku kepenitngan lainnya, seperti perguruan tinggi. Demikian pula dalam hal penjualan yang selama ini dilakukan hanya mengandalkan produk yang sudah ada. Selain itu, permasalahan mitra dalam kegiatan ini masih belum melabeli kemasan produk dengan nama maupun logo. Karena itu, dalam upaya peningkatan ciri khas produk, metode pelaksanaan yang dirancang, yaitu sosialisasi, inisiasi inovasi produk, penciptaan nama dan logo pada label kemasan serta publikasi. Kemasan dan label yang masih sederhana, bahkan belum ada dan kurang menarik menyebabkan produk ini hanya ada di pasar tradisional. Hasil dari kegiatan pengabdian ini diharapkan label pada kemasan sudah ada dan kegiatann dapat ditindaklanjuti sebagai bagian dari branding Desa Meranjat III melalui produk khasnya, yaitu kemplang.

Kata Kunci: NIB, OSS, Perizinan, UMKM, Pesawaran.

Meranjat III Village, Ogan Ilir Regency is known as a kemplang cracker production village. In fact, some residents have explored becoming Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors. This potential should be initiated to be better known, especially in marketing. Therefore, the principle of branding for a business can actually be applied as an effort to build character and provide added economic value to a village through the development of local potential and value, which is a village marketing need. However, the planning process also needs to be supported by other stakeholders, such as universities. Residents still think of sales as mere selling and often experience a decline in self-confidence because they are unable to compete and show uniqueness. In addition, the problem with partners in this activity is that they have not labeled product packaging with a name or logo. Therefore, in an effort to increase product appeal, implementation methods are designed, namely socialization, initiation of product innovation, creation of names and logos on packaging labels and publications. Packaging and labels that are still simple, even non-existent and less attractive cause this product to only exist in traditional markets. The results of this community service activity are that it is hoped that the label on the packaging already exists and the activity can be followed up as part of the MERanjat III Village branding through its distinctive product, namely kemplang.

Keywords: branding enhancement; cracker kemplang; typical culinary; Meranjat III Village

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) semakin pesat dan berkembang, tidak terkecuali di Desa Meranjat III, Kabupaten Ogan Ilir. Luas daerah yang mencapai 100,26 Km² menunjukkan desa ini mempunyai potensi unggulan yang dapat dikembangkan seperti di bidang pertanian, perikanan dan perkebunan (BPS Kabupaten Ogan Ilir, 2019). Dilihat dari sektor perikanan, sebagian masyarakat Desa Meranjat III yang bekerja di sektor ini merupakan nelayan penangkap ikan di sungai, sawah liar dan sebagian membudidayakan ikan air tawar yang membuat potensi ini menjadi semakin menggiurkan untuk dikembangkan. Berada di Kecamatan Indralaya Selatan, Desa Meranjat III juga didampingi lain yang juga memiliki sentra pelaku industri kerupuk kemplang ini, seperti

Desa Tebing Gerinting, Meranjat, Ulak Kerbau, dan Talang Pangeran. Latar belakang daerah yang didominasi oleh rawa, sesungguhnya banyak menyediakan banyak bahan baku untuk menyuplai kebutuhan atau keberlangsungan usaha industri kerupuk kemplang di Desa Meranjat. Kemplang ini merupakan salah satu jenis kerupuk berbahan baku ikan atau udang yang dipadukan dengan tepung tapioka dengan tambahan bumbu seperti garam. Semua bahan dicampurkan kemudian diuleni hingga dapat dibentuk bulatan yang dipipihkan. Selanjutnya dilakukan proses perebusan hingga matang dan penjemuran di terik matahari hingga kemplangmenath siap untuk dipanggang di bara api atau pasir yang panas. Kemplang biasanya dimakan pada saat santai. Kadang juga dinikmati bersamaan dengan nasi dan sambal (Elviza & (Editor), 2023). Penamaan kemplang sangat identik dengan Kota Palembang, namun beberapa wilayah di sekitarnya juga memiliki usaha kemplang dengan mengangkat kehasan daerah masing-masing, seperti Desa Meranjat III. Dengan kemajuan teknologi kemplang mulai dipanggang menggunakan microwave (Guttifera et al., 2022).

Usaha industri kerupuk kemplang dengan menggunakan bahan baku ikan sungai atau ikan rawa lebak hasil tangkapan masih banyak ditemui untuk mendukung produksi serta membantu dalam mengurangi biaya produksi usaha tersebut. Namun, saat ini warga mulai mengolah bahan produksi kemplang dengan memanfaatkan ikan laut yang lebih dibeli di pasar dan dipasok dari daerah lain. Tak bisa dipungkiri, sejak dikenal sebagai salah satu sentra industri rumahan, kemplang Desa Meranjat III memerlukan dukungan eksistensi agar dapat bertahan ditengah persaingan. Pengembangan industri rumahan yang mulai beranjak menuju UMKM harus diinisiasi terutama pada aspek pemasaran untuk mendukung perbaikan ekonomi masyarakat. Hasil produksi dari sektor perikanan ini seperti produksi rumahan yang banyak menjamur di desa ini, yaitu produksi kemplang. Kemplang yang telah di produksi di Desa Meranjat III dinilai sudah mumpuni dalam proses produksi seperti sudah melakukan ekspor ke berbagai kota diluar kabupaten. Meski begitu, kemplang khas Meranjat III masih kurang disadari oleh masyarakat desa sebagai makanan khas dari desa.

Produksi kemplang ini biasanya dipasarkan dalam bentuk mentah yang dipesan oleh konsumen dari luar daerah dan dalam bentuk kemplang siap konsumsi yang dipasarkan di warung-warung desa. Akan tetapi, hasil produksi kemplang siap konsumsi yang ada di desa ini belum terlalu maksimal secara ekonomis. Pengemasan dalam bentuk sederhana tanpa logo merek menjadikan nilai jual kemplang minim. Produksi kemplang di Desa Meranjat yang masih tradisional sangat membutuhkan inovasi, namun saat proses observasi dan mengetahui permasalahan mitra, pembeli lebih banyak mengenal dari nama pemilik, nama jongko memanggang, dan lokasi rumahan tempat warga membuat kemplang. Pembeli tidak serta merat menanyakan merek atau label yang tertera pada kemasan atau bungkus kemplang. Kemasan palstik dan pengikat bungkus plastik yang masih sangat tradisional ini dianggap masih layak oleh warga. Pada sisi lain, warga juga mengharapkan adanya upaya untuk membantu pemasaran mereka meskipun penjualan masih mengandalkan *door to door*, *wouth of mouth* dan pesanan melalui telepon. Kedatangan perguruan tinggi merupakan angin segar bagi pembuat kemplang di Desa Meranjat III ini terutama dalam membuka wawasan pemasaran jarak jauh dan penciptaan kemasan dan label.

Padahal apabila ditekuni, pelaku usaha kemplang Desa Mearanjat III dapat membuat sendiri nama atau merek yang dituliskan pada label bahan kemasan. Pengemasan sendiri merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan dunia usaha, sehingga hampir semua orang membutuhkan kemasan dalam setiap produknya (Sutedja, 2015). Apabila hal ini sudah mulai dipraktikkan dan menjadi pengetahuan bagi semua warga, justru dapat menjangkau calon pembeli agar membeli produknya, melindungi produk dari kotoran, debu, air, dan bahan lainnya yang bisa merusak isi produk, menarik minat pembeli, mempermudah pembeli mengenal produknya, selain meningkatkan keuntungan atau laba (Rozalena, 2020). Beberapa masyarakat yang sebenarnya tidak begitu mengetahui persoalan kemplang mentah di Meranjat III dan tidak merasa produksi kemplang mentah di Desa Meranjat III berpotensi menjadi produksi makanan yang memiliki nilai branding yang tinggi. Hal inilah yang kemudian menunjukkan bahwa usaha kemplang mentah dan panggang yang dijalankan oleh beberapa masyarakat di Desa Meranjat III masih dirasa belum menonjol meskipun sudah melakukan berbagai produksi yang besar, alih-alih melakukan program ekspor. Informais yang didapat ini menunjukkan bahwa produksi kemplang masih memiliki banyak pekerjaan rumah dan bahan evaluasi salah satunya persoalan pemasaran, pengembangan inovasi, dan peningkatan branding produk kemplang mentah sebagai ciri khas Desa Meranjat III.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual dari produk kemplang yang di produksi di Desa Meranjat III. Kegiatan ini berupa sosialisasi kepada pengusaha kemplang dan masyarakat dalam hal proses pengemasan dan pemberian logo produk. Sehingga melalui proses pengemasan dan pemberian logo produk diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dari kemplang produksi Desa Meranjat III dan memperluas pangsa pasar yang sebelumnya hanya berkutat di warung-warung desa agar dapat menembus pasar minimarket. Persaingan usaha menuntut para pelaku usaha masyarakat untuk berdagang yang baik dalam bersaing dan mampu bertahan serta unggul dalam berdagang, item barang yang dihasilkan dan ditawarkan kemasyarakat harus diperhatikan, inovasi pemasaran dan inovasi produk berperan dalam ketertarikan konsumen dan penjualan produk yang sedikit dari pelaku pedagang menyebabkan hal ini merupakan kesulitan dalam meningkatkan kinerjanya berdagang, jika dikaji dari teori bahwa banyak penyebab kinerja pemasaran usaha salah satunya adalah inovasi pemasaran, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hasil bahwa inovasi pemasaran dapat meningkatkan usaha.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu 1) perencanaan aksi kerja; 2) pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan 3) publikasi media. Kegiatan diawali dengan proses perencanaan dengan melibatkan para mahasiswa, kemudian bersama unsur desa dan masyarakat khususnya pengusaha kerupuk kemplang untuk mendiskusikan rencana aksi kerja dan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini pun dilakukan pada bulan Agustus 2022 setelah berdiskusi dan berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM Desa Meranjat III serta dukungan penuh dari Kepala Desa Meranjat III, kemudian menentukan aksi kerja, seperti yang dikemukakan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

No	Tahap Program	Metode Pelaksanaan	Bentuk Komunikasi
1	Persiapan	a. Pertemuan konsolidasi tim pelaksana, Kepala Desa dan pelaku usaha kemplang Desa Meranjat III. b. Observasi produksi usaha kemplang pada salah satu mitra. c. Urun rembuk penyusunan ide dan gagasan peningkatan branding melalui program kegiatan.	a. Komunikasi langsung dengan tatap muka dan video call dengan aplikasi WhatsApp. b. Komunikasi bermedia menggunakan voice call aplikasi WhatsApp dan layanan Short Mesaage Service (SMS).
2	Pelaksanaan	a. Sosialisasi program b. Inovasi produk c. Inisiasi penciptaan nama/merek kemplang dan pelabelan pada kemasan kemplang.	Komunikasi langsung dengan tatap muka antara tim pelaksana dengan warga.
3	Publikasi kegiatan	a. Konferensi pers dengan media online lokal. b. Publikasi media online lokal	a. Komunikasi langsung dengan tatap muka b. Komunikasi tertulis melalui media online.

Sumber: data diolah 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan peningkatan branding kemplang sebagai ciri khas Desa Meranjat III, Ogan Illir ini dilaksanakan dengan menerapkan tiga tahapan program, yaitu persiapan, pelaksanaan dan pelibatan media online. Pada tahap persiapan, tim pelaksana merealisasikan pertemuan awal dengan bersilaturahmi kepada Kepala Desa dan warga yang telah menggeluti usaha turun temurun pembuatan kemplang. Penentuan tersebut sekaligus mengobservasi proses produksi kemplang mulai dari pembuatan adonan kemplang, proses perebusan, penjemuran, pemanggangan hingga pengemasan dalam plastik. Kegiatan tersebut dilakukan untuk mencari ide dan gagasan terkait pengembangan produk inovasi kemplang. Selain itu, juga memastikan pelabelan kemasan dengan nama produk.

Observasi ini bertempat di rumah produksi kemplang milik Ibu Nurlaila atau biasa dikenal sebagai Mak Ela. Dalam produksi kemplang mentahnya, Mak Ela telah memulai usahanya ini sejak tahun 2008 dan masih berdiri sampai sekarang. Dari observasi yang dilakukan, mahasiswa KKN Kelompok 12 melihat bahwa usaha yang dijalankan oleh beberapa pelaku usaha kemplang mentah di Desa Meranjat III yang salah satunya Mak Ela, merupakan jenis usaha yang sangat berpotensi menjadi usaha yang besar. Produksi kemplang mentah yang dilakukan bahkan tak hanya terjual di sekitar kota, namun juga telah sampai ke luar kota. Seperti produksi kemplang mentah milik Mak Ela, kini memiliki dua pegawai yang mengerjakan pekerjaan mereka dimulai sekitar pukul 3 pagi sampai pukul 8 pagi (Nurlaila, 2022). Kemudian dilakukan penjemuran seharian di bawah terik sinar matahari hingga dirasa kemplang sudah mengeras barulah kemplang tersebut sudah dapat dipasarkan.



Gambar 1. Tahap pembuatan kemplang

Pada tahap pelaksanaan, tim pelaksana merealisasikan tiga kegiatan, yaitu sosialisasi, inovasi produk dan Inisiasi penciptaan nama/merek kemplang dan pelabelan pada kemasan kemplang. Program sosialisasi dimaksudkan sebagai penerapan observasi dan analisis sebagai langkah awal pengembangan branding dan inovasi kemplang mentah dan panggang di Desa Meranjat III. Sosialisasi merupakan bagian dari pengedukasian yang dilakukan guna memberikan sebuah sudut pandang baru yang kemudian dapat dipahami oleh suatu lingkungan masyarakat. Sosialisasi dilakukan untuk memberikan kesadaran dan informasi yang dapat bermanfaat bagi suatu lingkup kelompok ataupun masyarakat. Pengadaan sosialisasi dinilai sangat penting untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat yang masih awam terhadap suatu masalah. Hal tersebut juga menjadi salah satu alasan diadakannya sosialisasi di Desa Meranjat III yang dinilai perlu dilakukan untuk membangun persepsi masyarakat terhadap produksi kemplang mentah dan panggang. Dalam pengimplementasian hasil dari observasi seputar produksi kemplang yang ada di Desa Meranjat III, selanjutnya mengadakan kegiatan yang diharapkan dapat menjadi pemantik kesadaran masyarakat akan pentingnya mengembangkan kualitas produksi kemplang mentah dan meningkatkan branding juga inovasi dari kemplang mentah khas Desa Meranjat III (Herwanto, 2022).

**Gambar 2.** Sosialisasi Kemplang di Desa Meranjat III

Kegiatan sosialisasi ini diadakan pada tanggal 27 Agustus 2022 dan dihadiri oleh seluruh elemen masyarakat di Desa Meranjat III, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Sosialisasi ini mengusung tema “Kemplang Sebagai Cemilan Khas Desa Meranjat III” dan membahas produksi kemplang mentah sebagai topik utamanya. Materi sosialisasi melibatkan tim pelaksana beserta pengusaha kemplang Mak Ela yang memaparkan materi mengenai kemplang. Sosialisasi ini bertujuan memberikan pemahaman terhadap pentingnya

menjaga eksistensi produksi kemplang mentah dan panggang dalam menguatkan branding kemplang sebagai cemilan khas dari Desa Meranjat III. Bersamaan dengan pemaparan materi yang bertemakan kemplang, sosialisasi ini juga dijalankan dengan beragam rangkaian acara besar lainnya yang turut dijalankan. Pelaksanaan kegiatan selanjutnya, yaitu inisiaasi membuat inovasi produk dari kemplang sebagai referensi dalam pemanfaatan kemplang mentah guna meningkatkan nilai jual dan kualitas branding dari Desa Meranjat III. Inovasi produk dimaksudkan sebagai langkah untuk menciptakan kemplang panggang ayyng dapatdinikmati dari yang biasa dikonsumsi dan dijual. Gagasan ini muncul berdasarkan hasil observasi dan analisis perkembangan produksi kemplang mentah dan panggang di Desa Meranjat III. Karena itu, dirasa perlu memiliki gebrakan inovasi untuk menunjang perkembangan baik dari segi kualitas hingga berdaya saing pasar yang tinggi. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah membuat sebuah varian produk dari bahan kemplang mentah yang ada. Melalui hasil percobaan yang dilakukan dengan memanfaatkan produk kemplang mentah, juga melalui konsultasi dan kerjasama bersama Mak Ela sebagai mitra produsen yang menguasai bidang produksi kemplang, lalu dihasilkanlah sebuah varian produk baru yaitu *Kempren* atau Kemplang Goreng Pedas.



Gambar 3. Produk inovasi Kempren

Pelaksanaan pada program meningkatkan branding produk kemplang, yaitu penciptaan nama/merek kemplang dan pelabelan pada kemasan kemplang. Kempren merupakan nama yang diberikan untuk inovasi kemplang disertai dengan logo dan label yang masih dibuat dalam bentuk stiker yang ditempelkan pada kemasan plastik. Melakukan Kerjasama dengan Pihak Media Online Sebagai Langkah Branding Kegiatan Sosialisasi Media online atau berita online merupakan sebuah laporan mengenai suatu peristiwa yang dikemas oleh media sebagai sarannya yang berisi mengenai sebuah peristiwa atau kejadian yang akan dipublikasikan berupa berita. Media online digunakan sebagai sarana penyampaian informasi yang cepat, dan tidak terbatas ruang serta waktu. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan mahasiswa KKN Kelompok 12 dalam salah satu langkah guna menunjang maksimalnya kegiatan yang dijalankan, yaitu sosialisasi mengenai kemplang mentah Desa Meranjat III. Kerjasama ini dilakukan dengan berbagai media online seperti TintaMerah.com, BeritaSip.com, Busernews24.com, dan Radar Bahtera. Melalui kerjasama

ini, mahasiswa KKN Kelompok 12 mampu menjangkau impresi yang tinggi untuk membranding kegiatan sosialisasi yang telah dijalankan. Kerjasama ini sangat bermanfaat sebagai langkah awal meningkatkan eksistensi desa, sehingga dapat menjadi contoh yang positif bagi warga desa Meranjat III dan bagi masyarakat luar juga. Melakukan Kerjasama dengan Pihak Media Online Sebagai Langkah Branding Kegiatan Sosialisasi Media online atau berita online merupakan sebuah laporan mengenai suatu peristiwa yang dikemas oleh media sebagai sarannya yang berisi mengenai sebuah peristiwa atau kejadian yang akan dipublikasikan berupa berita. Media online digunakan sebagai sarana penyampaian informasi yang cepat, dan tidak terbatas ruang serta waktu. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan sebagai salah satu langkah guna menunjang maksimalnya kegiatan yang dijalankan, yaitu sosialisasi mengenai peningkatan branding kemplang Desa Meranjat III.

Kegiatan pengabdian keKemprengr diproduksi langsung kemudian dipasarkan dalam produksi kecil ke masyarakat dan juga dipromosikan di media sosial. Kemprengr dikemas dalam kemasan plastik dan dibanderol dengan harga tiga ribu rupiah. Penjualan Kemprengr mulai diedarkan setelah dilakukannya launching pada tanggal 27 Agustus 2022 bertepatan pada saat sosialisasi mengenai kemplang dilakukan. Kemprengr sebagai varian inovasi dari kemplang mentah, merupakan gebrakan dan pemantik yang dilakukan oleh tim pelaksana sebagai bagian dari observasi yang dilakukan guna menjawab sejauh mana sebuah produk dapat berpeluang menjadi lebih besar melalui inovasi dari varian produk kemplang mentah yang selama ini hanya diproduksi begitu saja. Lalu nyatanya selama produksi Kemprengr dilakukan, produk ini mendapat cukup banyak respons positif dari konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa varian produk yang dihasilkan dari kemplang mentah tersebut dapat menjadi sebuah gebrakan baru yang berpotensi menjadi produk dengan nilai jual yang lebih besar.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan serta interaksi antara mitra pengusaha kemplang di Desa Meranjat III, tim pelaksana merangkum beberapa hasil evaluasi yang kemudian menjadi catatan saran untuk berbagai sektor guna mendukung kemajuan produksi dan nama baik desa ke depannya. Saran ini terutama akan menyangkut pada pemanfaatan produksi usaha kemplang mentah, panggang maupun goreng yang ada di Desa Meranjat III, sehingga dinilai berpotensi menjadi sebuah media dalam meningkatkan Village Branding Desa Meranjat III. Adapun pokok penting dari sarannya, yaitu:

1. Perlu adanya dukungan dari pemerintah tingkat kabupaten atau kecamatan kepada para pelaku usaha kemplang mentah dalam bentuk ruang pengembangan usaha.
2. Pemerintah desa perlu berperan aktif dalam pengembangan pemasaran dan mendukung penuh para pelaku usaha kemplang mentah di Desa Meranjat III dalam berbagai sektor.
3. Para pelaku usaha kemplang mentah perlu melakukan pengembangan kreatif guna mengembangkan sektor pemasaran usaha melalui media pendukung yang ada seperti pemanfaatan sosial media untuk mempromosikan serta mendapatkan jangkauan yang lebih luas.
4. Proses pengembangan branding produk perlu mendapat dukungan penuh dari seluruh masyarakat desa agar terbuka wawasan dan lebih kreatif, seperti melakukan inovasi

terhadap produk kemplang yang dinilai berpotensi sebagai media pengembangan branding desa.

KESIMPULAN

Branding suatu produk merupakan hal yang penting bagi Desa Meranjat III, terutama dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan. Meskipun nyatanya, masih banyak masyarakat yang tidak begitu mengerti persoalan branding ataupun cara memajukan desa. Melihat potensi desa dengan produk kemplang mentah dan panggang yang dapat dimanfaatkan dan dikembangkan menjadi lebih baik lagi. Kehadiran tim pelaksana pengabdian dan terjun langsung guna membantu memberikan sudut pandang baru dan pemahaman yang diharapkan dapat menjadi pemantik semangat kepada masyarakat di Desa Meranjat III. Lewat program-program yang sudah dilaksanakan merupakan pengedukasian kepada masyarakat untuk lebih kritis terhadap perkembangan dan peningkatan branding di Desa Meranjat III. Salah satu program pengembangan branding yang dilakukan yaitu mengenai produk kemplang mentah maupun panggang yang dinilai dapat berpotensi menjadi media dalam pengembangan branding di Desa Meranjat III. Program tersebut pastinya akan berdampak jangka panjang untuk melihat hasil yang signifikan. Mengubah cara pandang masyarakat dan menyadarkan akan pentingnya membangun dan meningkatkan kualitas produk melalui penciptaan nama/merek pada kemasan dan pelebelen merupakan hal yang sangat bernilai dan menjadi bagian paling penting untuk pengembangan Village Branding. Program branding yang diterapkan diterima dengan baik dan merupakan harapan yang besar dapat ditindaklanjuti dan dikelola dengan baik. Penciptaan nama kempreng sebagai suatu gagasan inovasi produk dapat lebih diniali dann dikenal sebagai alternative camilan yang mendukung pendapatan ekonomi keluarga. Melalui beragam program yang direncanakan dan dirancang, menjadi bagian bagian penting dan saling berhubungan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas desa. adanya publikasi kegiatan peninngkatan branding produk kemplang Desa Meranjat III di media online juga merupakan bagian dari proses pengembangan branding desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada warga dan Kepala Desa Meranjat III, Kecamatan Indralaya Selatan, Kabupaten Ogan Ilir atas partisipasinya. LPPM STISIPOL Candradimuka dan pihak media yang telah mendukung kegiatan ini, sehingga terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Elviza, S., & (Editor). (2023). *Ini Sejarah dan Asal Usul Nama Kerupuk Kemplang, Makanan Ringan Kuliner Khas Palembang*. Palpres.Coom. <https://jambiindependent.disway.id>
- GuttiFERA, Rahmawa, L., Sari, S. R., Pratama, F., & Widowati, T. W. (2022). Traditional puffed fish cracker ('kemplang Palembang') by microwave-oven method: Physical properties and microstructure evaluation. *Czech Journal of Food Sciences*, 40(3), 202–209.
- Herwanto. (2022). *Wawancara Kepala Desa Meranjat III, Indralaya Selatan, Ogan Ilir*.
- Nurlaila. (2022). *Wawancara dengan Mitra Produsen Kemplang di Desa Meranjat III*,

Indralaya Selatan, Ogan Ilir.

Rozalena, A. (2020). *Komunikasi Bisnis - Konsep dan Praktik* (1st ed.). Penerbit Andi.
https://play.google.com/books/reader?id=_o4EEAAAQBAJ&pg=GBS.PR1&printsec=frontcover

Sutedja, S. (2015). *Tekni Pengemasan dan Labeling Produk Makanan*.