

PELATIHAN INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL KRIPIK PISANG LUMER UNTUK PENGUATAN UMKM DESA TENGGERWETAN

Ulya Ainur Rofiah¹, Pipit Widayati², Siti Inayatul Umaroh³, Khusnul Khotimah⁴, Nur Akhid
Dul Khusna⁵, Ghufon Maulana Fatih⁶, Isti Indah Herawati⁷

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban, Indonesia

ulyaainurrofiyah@iainutuban.ac.id

Diserahkan tanggal 16 Juni 2025 | Diterima tanggal 16 Juni 2025 | Diterbitkan tanggal 30 Juni 2025

Abstract:

This community service program was implemented in Tenggerwetan Village with the primary objective of improving the entrepreneurial capacity and technical skills of local residents through training in the production and marketing of kripik pisang lumer (creamy banana chips) based on local potential and religious tourism appeal. The activity targeted women's community groups (PKK) and youth organizations (Karang Taruna) as strategic actors in strengthening the village's UMKM sector. The training adopted a participatory and practice-oriented approach, combining interactive lectures, live production demonstrations, hands-on practice sessions, and simulations of branding and digital marketing strategies. Participants were introduced to innovative recipes, modern hygienic packaging methods, attractive label design, and online promotional techniques through social media platforms. The outcomes indicated a notable increase in participants' competencies in both product innovation and business management. Furthermore, the program fostered greater awareness of branding as a tool for market competitiveness and facilitated collaboration between local entrepreneurs and community networks. In the long term, this initiative is expected to strengthen economic independence, create sustainable job opportunities, and enhance the visibility of Tenggerwetan Village as a center for locally based creative industries.

Keywords: Training, UMKM, Local Potential

Abstrak:

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tenggerwetan dengan tujuan utama meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan keterampilan teknis warga melalui pelatihan pembuatan dan pemasaran kripik pisang lumer berbasis potensi lokal dan daya tarik wisata religi. Kegiatan ini menyasar kelompok PKK dan Karang Taruna sebagai aktor strategis dalam penguatan sektor UMKM desa. Pelatihan menggunakan pendekatan partisipatif dan berorientasi praktik, yang menggabungkan metode ceramah interaktif, demonstrasi langsung proses produksi, sesi praktik mandiri, serta simulasi strategi branding dan pemasaran digital. Peserta diperkenalkan pada resep inovatif, metode pengemasan higienis modern, desain label yang menarik, serta teknik promosi daring melalui berbagai platform media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kompetensi peserta dalam inovasi produk dan manajemen usaha. Selain itu, program ini menumbuhkan kesadaran pentingnya branding sebagai alat daya saing pasar, sekaligus memfasilitasi kolaborasi antara pelaku usaha lokal dan jejaring komunitas. Dalam jangka panjang, inisiatif ini diharapkan mampu memperkuat kemandirian ekonomi, menciptakan peluang kerja berkelanjutan, serta meningkatkan citra Desa Tenggerwetan sebagai pusat industri kreatif berbasis potensi lokal.

Kata Kunci: Pelatihan, UMKM, Potensi Lokal

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Desa Tenggerwetan merupakan salah satu desa di wilayah Kabupaten Tuban yang memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif berbasis produk lokal dan pariwisata religi. Desa ini dikenal dengan kekayaan alamnya yang subur, sehingga menjadi lahan yang potensial untuk pengembangan komoditas pertanian, salah satunya adalah pisang. Pisang tidak hanya menjadi bahan pangan yang mudah ditemukan, tetapi juga memiliki nilai ekonomi tinggi apabila diolah menjadi produk inovatif yang memiliki cita rasa unik dan daya tarik pasar. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah pembuatan kripik pisang lumer, yang memadukan kerenyahan kripik pisang dengan sensasi lumer dari balutan cokelat atau saus manis, sehingga menciptakan pengalaman rasa yang berbeda dari olahan pisang konvensional.

Selain potensi komoditas pertanian, Desa Tenggerwetan juga memiliki daya tarik wisata religi yang sangat khas, yaitu keberadaan makam Waliyullah Simbah Buyut Srambi dan Simbah Buyut Ndukoh. Lokasi ini menjadi tujuan ziarah bagi masyarakat sekitar maupun dari luar daerah, terutama pada momen-momen tertentu seperti haul atau peringatan keagamaan. Kunjungan para peziarah ini tentu menjadi peluang strategis bagi warga desa untuk mengembangkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menyediakan berbagai produk oleh-oleh khas desa, termasuk kripik pisang lumer. Dengan menggabungkan potensi produk lokal dan arus kunjungan wisata religi, Desa Tenggerwetan memiliki peluang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan warga, masih terdapat kendala yang dihadapi pelaku UMKM di desa ini, seperti keterbatasan pengetahuan mengenai teknik produksi yang higienis dan inovatif, keterampilan dalam pengemasan produk yang menarik, serta strategi pemasaran yang efektif, baik secara offline maupun online. Kondisi ini sesuai dengan temuan penelitian Asrah dkk. (2024) yang menyebutkan bahwa salah satu permasalahan utama UMKM di desa adalah minimnya keterampilan manajemen usaha dan pemasaran berbasis teknologi digital, yang pada akhirnya membatasi jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan program pendampingan dan pelatihan yang dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk sekaligus memperluas jaringan pemasaran.

Menurut pendapat Marsya dkk. (2025), strategi pemasaran yang efektif tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami perilaku konsumen dan memanfaatkan saluran distribusi yang tepat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Godwin dkk. (2024) yang menegaskan bahwa UMKM yang mengintegrasikan inovasi produk dengan pemasaran digital mampu meningkatkan penjualan hingga dua kali lipat dibandingkan UMKM yang hanya mengandalkan penjualan konvensional. Oleh sebab itu, penguatan keterampilan produksi dan pemasaran menjadi langkah krusial dalam memajukan UMKM di Desa Tenggerwetan.

Pelatihan pembuatan dan pemasaran produk kripik pisang lumer di Desa Tenggerwetan diharapkan dapat menjadi solusi yang tepat untuk menjawab tantangan tersebut. Kegiatan ini tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis, seperti pemilihan bahan baku berkualitas, teknik pengolahan yang higienis, dan pengemasan yang menarik, tetapi juga memberikan wawasan tentang strategi pemasaran modern, termasuk penggunaan media sosial, marketplace, dan branding produk yang relevan dengan identitas lokal. Dengan demikian, produk kripik pisang lumer tidak hanya menjadi komoditas makanan, tetapi juga identitas kuliner khas Desa Tenggerwetan yang dapat dipasarkan lebih luas, terutama kepada para peziarah wisata religi. Lebih dari itu, keberhasilan pengembangan UMKM di desa ini akan memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Menurut Gobal dkk. (2024), UMKM berperan sebagai tulang punggung perekonomian desa karena mampu menyerap tenaga kerja lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi tingkat urbanisasi. Dengan memanfaatkan potensi lokal secara optimal, Desa Tenggerwetan dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang mandiri dan berdaya saing, tanpa harus sepenuhnya bergantung pada faktor eksternal.

Melalui kegiatan ini, masyarakat diharapkan tidak hanya mendapatkan keterampilan baru, tetapi juga termotivasi untuk mengembangkan ide-ide kreatif lainnya yang relevan dengan potensi desa. Semangat gotong royong dan kebersamaan yang telah menjadi ciri khas warga Tenggerwetan akan menjadi modal sosial yang memperkuat keberlanjutan program. Keberadaan wisata religi di makam Waliyullah Simbah Buyut Srambi dan Simbah Buyut Ndukoh dapat menjadi katalis yang mempercepat perkembangan usaha lokal, karena keberadaan wisatawan secara langsung menciptakan pasar potensial bagi produk-produk UMKM. Oleh karena itu, kegiatan Pelatihan Pembuatan dan Pemasaran Produk Kripik Pisang Lumer sebagai Upaya Penguatan UMKM di Desa Tenggerwetan menjadi langkah nyata dalam mewujudkan kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal dan pariwisata religi, sekaligus mengangkat nama desa sebagai salah satu sentra UMKM inovatif yang mampu bersaing di era modern.

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi kegiatan ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), yaitu sebuah strategi pemberdayaan masyarakat yang menitikberatkan pada penggalian, pemetaan, dan pemanfaatan aset yang telah dimiliki oleh komunitas untuk mencapai perubahan yang berkelanjutan (Fitrianto dkk. 2020). Kretzmann dan McKnight (1993) menegaskan bahwa ABCD merupakan pendekatan yang memandang masyarakat sebagai pemilik kekuatan dan sumber daya, bukan sekadar penerima bantuan. Dengan kata lain, pendekatan ini mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi aset hingga penciptaan solusi yang relevan dengan kebutuhan lokal.

Tahap pertama adalah *Discovery* atau penemuan aset, yang dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan tokoh masyarakat, pelaku UMKM, dan warga Desa Tenggerwetan untuk memetakan aset yang ada. Aset tersebut meliputi aset alam berupa komoditas pisang yang melimpah, aset budaya-religi berupa keberadaan makam Waliyullah Simbah Buyut Srambi dan Simbah Buyut Ndukoh yang menjadi magnet wisata, aset sosial berupa tradisi gotong royong dan kekompakan warga, serta aset manusia berupa individu yang memiliki keterampilan mengolah makanan berbasis pisang. Sejalan dengan pandangan Srirejeki dkk. (2020), pemetaan aset ini menjadi fondasi penting untuk merancang strategi pemberdayaan yang tepat sasaran.

Tahap kedua adalah *Dream*, yaitu membangun visi dan cita-cita bersama terkait pengembangan UMKM Desa Tenggerwetan. Dalam sesi diskusi partisipatif, warga diajak membayangkan desa mereka sebagai pusat produksi kripik pisang lumer yang terkenal di kawasan wisata religi Tuban, sekaligus mampu menjangkau pasar digital nasional. Menurut Faedlulloh (2018), proses membangun mimpi bersama ini penting untuk menciptakan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) terhadap program yang dijalankan. Tahap ketiga adalah *Design*, di mana rancangan program pelatihan disusun berdasarkan aset yang telah dipetakan dan impian yang telah disepakati. Rancangan ini mencakup pelatihan produksi kripik pisang lumer yang higienis dan inovatif, pengemasan yang menarik serta ramah lingkungan, dan strategi pemasaran digital yang memanfaatkan momentum kunjungan wisata religi. Khairi dkk. (2024) menyatakan bahwa strategi pemasaran yang efektif harus menggabungkan keunggulan produk dengan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dan saluran distribusi yang tepat.

Tahap keempat adalah *Define*, yaitu implementasi program pelatihan secara langsung. Pelatihan melibatkan praktisi industri makanan dan pemasaran digital, dengan metode *learning by doing* agar peserta dapat langsung mempraktikkan keterampilan yang diperoleh. Selain itu, identitas lokal desa juga diintegrasikan dalam desain produk, baik melalui logo, kemasan, maupun narasi cerita produk (*storytelling*) yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Menurut Askhar dkk. (2024), penggabungan inovasi produk dengan pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan penjualan UMKM secara signifikan. Tahap terakhir adalah *Destiny*, yaitu memastikan keberlanjutan program melalui pendampingan pasca pelatihan, pembentukan

Kelompok Usaha Bersama (KUB), dan pemantauan berkala terhadap perkembangan usaha peserta. Dalam tahap ini, warga didorong untuk terus berinovasi, memperluas jejaring pemasaran, dan mengembangkan varian produk baru berbasis pisang maupun bahan lokal lainnya. Mahmudah dan Hastriana (2024) menekankan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari keberlanjutan usaha dan kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja lokal. Dengan pendekatan ABCD, kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian ekonomi Desa Tenggerwetan berbasis potensi lokal dan pariwisata religi, sekaligus menciptakan identitas kuliner khas yang mampu bersaing di pasar modern.

PEMBAHASAN

Peningkatan Keterampilan Teknis Peserta

Peserta kegiatan yang terdiri dari ibu-ibu anggota PKK dan anggota Karang Taruna Desa Tenggerwetan menunjukkan kemajuan yang luar biasa dalam menguasai keterampilan teknis pembuatan Keripik Pisang Lumer. Proses pelatihan dirancang secara sistematis dengan pendekatan metode ABCD (Asset-Based Community Development) yang menekankan pada penggalan potensi lokal dan penguatan modal sosial (Najamudin dan Al Fajar 2024). Melalui kombinasi ceramah interaktif, demonstrasi langsung, dan simulasi pemasaran, para peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkan setiap tahap produksi secara mandiri. Mereka mempelajari pemilihan bahan baku pisang berkualitas tinggi sebagai langkah awal untuk memastikan cita rasa produk yang konsisten. Proses penggorengan dilakukan dengan teknik yang tepat, menjaga tingkat kematangan agar tekstur keripik tetap renyah namun tidak menyerap minyak berlebihan.



Gambar 1. Proses Pemetongan dan Penggorengan Pisang

Selain itu, teknik pelapisan rasa lumer yang menjadi ciri khas produk juga berhasil dikuasai dengan baik, sehingga menghasilkan cita rasa unik yang berpotensi menjadi daya tarik utama di pasar.

Kegiatan ini membuktikan bahwa dengan pendampingan yang tepat, pelatihan yang terstruktur, dan sarana pendukung yang memadai, masyarakat desa mampu mengembangkan keterampilan yang langsung berdampak pada peningkatan ekonomi keluarga. Lebih dari itu, keterampilan ini tidak berhenti pada tataran produksi saja, tetapi juga mencakup strategi pemasaran yang inovatif.

Melalui simulasi pemasaran, peserta dilatih untuk mengemas produk secara menarik, menentukan harga yang kompetitif, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Strategi ini membuka peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga pada segmen pasar yang lebih luas. Produk Keripik Pisang Lumer yang dihasilkan memiliki potensi besar untuk menjadi ikon oleh-oleh khas Desa Tenggerwetan, terutama bagi wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata religi di wilayah tersebut. Cita rasa

yang khas, kemasan yang menarik, dan kualitas yang terjaga menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan daya tarik wisata daerah. Keberhasilan ini sekaligus menjadi bukti bahwa pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dapat berjalan efektif apabila dilakukan secara partisipatif dan berkelanjutan. Semangat kebersamaan yang terjalin antara peserta, narasumber, dan pemerintah desa menciptakan sinergi yang mendukung tercapainya tujuan program, yaitu kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal. Dengan berjalannya program ini, Desa Tenggerwetan tidak hanya dikenal sebagai destinasi wisata religi, tetapi juga sebagai sentra oleh-oleh inovatif yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas, membawa manfaat ekonomi yang nyata bagi seluruh masyarakatnya.

Pengembangan Inovasi Produk Berbasis Potensi Lokal

Selama pelaksanaan pelatihan, para peserta yang terdiri dari ibu-ibu anggota PKK dan pemuda Karang Taruna Desa Tenggerwetan menunjukkan antusiasme tinggi dalam mempelajari teknik pembuatan Keripik Pisang Lumer dengan berbagai inovasi rasa. Pada tahap awal, pelatihan difokuskan pada penguasaan resep dasar untuk menghasilkan varian rasa original yang renyah dan memiliki ciri khas lumer pada lapisan perasanya. Setelah peserta menguasai teknik dasar tersebut, kegiatan dilanjutkan dengan sesi eksplorasi rasa yang mendorong kreativitas peserta untuk menciptakan inovasi varian baru. Dari proses kreatif ini lahirlah berbagai rasa menarik seperti cokelat yang manis legit, stroberi yang lezat, matcha yang memberikan sentuhan rasa khas teh hijau menggugah selera.



Gambar 2. Proses Pencampuran Rasa pada Keripik Pisang

Inovasi rasa ini tidak hanya memberikan variasi pilihan bagi konsumen, tetapi juga menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar. Setiap varian rasa dibuat dengan mempertimbangkan selera pasar yang beragam, sehingga produk ini memiliki potensi menjangkau konsumen dari berbagai segmen, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Pengemasan yang higienis dan menarik juga menjadi perhatian utama, dengan desain kemasan yang menonjolkan identitas kuliner Desa Tenggerwetan sebagai bagian dari promosi pariwisata lokal.

Salah satu kekuatan utama dari kegiatan ini adalah pemanfaatan pisang lokal sebagai bahan baku utama. Pisang yang digunakan berasal dari kebun warga desa, sehingga kegiatan ini sekaligus mendukung pemberdayaan petani lokal dan mendorong perputaran ekonomi di wilayah tersebut. Pemanfaatan sumber daya lokal ini mencerminkan prinsip pembangunan berkelanjutan, di mana potensi desa dioptimalkan untuk menghasilkan produk bernilai tambah tinggi tanpa harus bergantung pada pasokan dari luar daerah. Kreativitas warga dalam menciptakan variasi rasa telah menjadi nilai tambah yang signifikan bagi Keripik Pisang Lumer. Inovasi ini membuat produk lebih unik dan berbeda dari produk serupa di pasaran. Tidak hanya sekadar makanan ringan, Keripik Pisang Lumer kini menjadi bagian dari identitas kuliner Desa Tenggerwetan.

Dengan cita rasa yang khas, kemasan yang menarik, dan keberagaman varian, produk ini berpotensi besar menjadi salah satu oleh-oleh khas yang dicari wisatawan. Kaitan antara inovasi produk dan potensi pariwisata desa terlihat jelas ketika mempertimbangkan posisi Desa Tenggerwetan sebagai salah satu destinasi wisata religi. Banyak wisatawan yang datang untuk berziarah atau mengikuti kegiatan keagamaan di desa ini, dan kehadiran Keripik Pisang Lumer dengan berbagai rasa unik menjadi daya tarik tersendiri. Wisatawan dapat membawa pulang produk ini sebagai buah tangan, sehingga membantu memperluas pemasaran melalui promosi dari mulut ke mulut.

Lebih jauh, kegiatan ini juga menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan masyarakat. Melalui pelatihan, warga tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis dalam pengolahan makanan, tetapi juga dibekali dengan pengetahuan tentang strategi pemasaran, penghitungan harga pokok produksi, hingga manajemen keuangan sederhana. Pendekatan pelatihan yang interaktif, demonstratif, dan aplikatif ini memudahkan peserta untuk memahami dan langsung mempraktikkan materi yang diberikan. Dalam jangka panjang, inovasi rasa yang dihasilkan diharapkan dapat terus berkembang seiring tren pasar. Peserta pelatihan didorong untuk melakukan riset kecil-kecilan terhadap preferensi konsumen, mencoba kombinasi rasa baru, serta mempertahankan kualitas rasa dan kerenyahan produk. Dengan demikian, Keripik Pisang Lumer tidak hanya menjadi produk lokal yang sukses di pasaran, tetapi juga menjadi simbol keberhasilan pemberdayaan masyarakat berbasis potensi desa dan inovasi kreatif.

Keberhasilan program pelatihan ini membuktikan bahwa penguatan keterampilan praktis, jika didukung oleh kreativitas dan pemanfaatan sumber daya lokal, mampu memberikan dampak positif yang luas. Selain meningkatkan pendapatan keluarga, kegiatan ini juga memperkuat kohesi sosial, membangun rasa bangga terhadap potensi daerah, dan membuka peluang baru dalam sektor pariwisata kuliner. Dengan semangat kebersamaan dan komitmen untuk terus berinovasi, Keripik Pisang Lumer akan terus berkembang menjadi ikon kuliner Desa Tenggerwetan yang memikat hati wisatawan dan masyarakat luas.

Penguatan Branding dan Pemasaran Digital

Peningkatan kapasitas peserta dalam program ini tidak terbatas pada keterampilan teknis produksi Keripik Pisang Lumer, tetapi juga meluas ke ranah yang lebih strategis, yaitu pengelolaan branding dan pemasaran produk. Peserta mendapatkan bimbingan intensif tentang pentingnya membangun citra merek yang kuat, dimulai dari pembuatan desain kemasan yang estetis, fungsional, dan menarik bagi konsumen.



Gambar 3. Pengemasan produk kripik pisang lumer

Kemasan dirancang tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menyampaikan identitas lokal, termasuk menampilkan ikon atau simbol yang merepresentasikan Desa Tenggerwetan sebagai destinasi wisata religi. Selain kemasan, peserta

juga dilatih untuk menciptakan label yang informatif, mencakup keterangan produk, komposisi bahan, tanggal produksi, serta pesan-pesan positif yang sejalan dengan nilai kearifan lokal. Label ini tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga elemen penting yang dapat membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat citra profesional produk.

Pelatihan kemudian dilanjutkan pada aspek pemasaran modern dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Peserta dibekali keterampilan membuat konten promosi yang kreatif, mulai dari fotografi produk, penulisan deskripsi yang menarik, hingga strategi unggahan yang konsisten untuk membangun interaksi dengan calon pembeli. Penggunaan media digital ini dinilai efektif untuk memperluas jangkauan pasar, bahkan hingga ke luar wilayah, tanpa harus mengandalkan pemasaran konvensional semata. Yang menarik, strategi pemasaran ini dirancang selaras dengan potensi wisata religi di Tenggerwetan. Setiap narasi promosi tidak hanya menjual produk, tetapi juga menceritakan kisah desa, kekayaan budaya, dan suasana spiritual yang menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan. Kemasan dan materi promosi dapat menonjolkan elemen-elemen ini, sehingga konsumen tidak hanya membeli makanan ringan, tetapi juga membawa pulang pengalaman dan kenangan dari kunjungan mereka. Pendekatan holistik yang menggabungkan aspek produksi, desain, dan pemasaran ini menjadi modal penting untuk keberlanjutan usaha Keripik Pisang Lumer. Dengan kemampuan branding yang matang dan strategi pemasaran yang tepat sasaran, produk ini memiliki potensi untuk menjadi ikon kuliner lokal yang mendukung perekonomian desa sekaligus memperkuat citra Tenggerwetan sebagai destinasi wisata religi yang kreatif dan berdaya saing tinggi.

Peningkatan Nilai Ekonomi dan Kemandirian Warga

Pelatihan pembuatan dan pemasaran Keripik Pisang Lumer di Desa Tenggerwetan menjadi salah satu langkah nyata dalam memberdayakan potensi sumber daya manusia dan alam yang dimiliki desa. Sasaran utama kegiatan ini adalah ibu-ibu PKK dan Karang Taruna, dua kelompok strategis yang memiliki peran penting dalam penggerak ekonomi desa sekaligus penjaga kelestarian nilai-nilai sosial dan budaya lokal. Melalui pelatihan ini, para peserta tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis dalam memproduksi keripik pisang dengan kualitas premium, tetapi juga pengetahuan komprehensif tentang manajemen usaha, pemasaran, hingga penguatan citra produk yang selaras dengan potensi wisata religi yang dimiliki Tenggerwetan.

Bagi ibu-ibu PKK, kegiatan ini membuka peluang untuk mengoptimalkan peran ganda mereka sebagai pengelola rumah tangga sekaligus pelaku usaha kreatif. Keterampilan yang diperoleh mencakup proses pengolahan pisang lokal menjadi keripik lumer dengan berbagai varian rasa mulai dari rasa original, cokelat, keju, matcha, hingga balado yang dirancang untuk memenuhi selera pasar yang beragam. Variasi rasa ini bukan hanya memberikan nilai tambah dari sisi produk, tetapi juga menjadi wujud kreativitas yang dapat menarik perhatian wisatawan, khususnya mereka yang berkunjung dalam rangka wisata religi. Melalui inovasi ini, ibu-ibu PKK berpotensi membangun usaha rumahan yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga, tanpa harus meninggalkan peran mereka di lingkungan sosial.

Sementara itu, Karang Taruna sebagai generasi muda desa mendapatkan manfaat besar dari pelatihan ini dalam bentuk wawasan kewirausahaan modern. Mereka tidak hanya terlibat dalam proses produksi, tetapi juga menjadi ujung tombak dalam pengelolaan pemasaran digital. Materi pelatihan mencakup penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta optimalisasi penjualan melalui platform e-commerce. Dengan keterampilan ini, Karang Taruna dapat berperan sebagai motor penggerak yang memperluas jangkauan pemasaran produk hingga ke luar daerah. Lebih dari itu, mereka dilatih untuk mengemas produk dengan desain yang menarik dan mencantumkan informasi jelas pada label kemasan, sehingga konsumen memiliki persepsi positif terhadap kualitas dan identitas produk.



Gambar 4. Contoh Pamflet Pemasaran Produk

Sinergi antara ibu-ibu PKK dan Karang Taruna menjadi salah satu kekuatan utama dalam pengembangan Keripik Pisang Lumer sebagai produk unggulan desa. Ibu-ibu PKK dapat fokus pada produksi yang terjaga kualitasnya, sementara Karang Taruna bertugas mengoptimalkan branding dan distribusi produk. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem usaha yang berkelanjutan, di mana setiap kelompok memiliki peran strategis yang saling melengkapi. Melalui pembagian peran yang jelas, potensi konflik dapat diminimalisir, dan semangat gotong royong yang menjadi ciri khas masyarakat desa dapat terus terjaga. Pelatihan ini juga memberikan perspektif bahwa usaha kuliner seperti keripik pisang dapat menjadi bagian integral dari ekosistem wisata religi di Tenggerwetan. Desa ini memiliki potensi kunjungan wisatawan yang datang untuk tujuan ziarah dan kegiatan keagamaan. Dalam konteks ini, Keripik Pisang Lumer dapat diposisikan sebagai oleh-oleh khas yang mencerminkan identitas kuliner desa. Desain kemasan dapat memuat elemen-elemen lokal, seperti gambar ikon wisata religi atau narasi singkat tentang sejarah desa, sehingga wisatawan tidak hanya membawa pulang produk makanan, tetapi juga cerita dan pengalaman yang terkait dengan Tenggerwetan. Pendekatan ini mampu membangun keterikatan emosional antara konsumen dengan produk, sekaligus memperkuat citra desa sebagai destinasi yang memiliki kekayaan budaya dan kuliner.

Dari sisi keberlanjutan, pelatihan ini mendorong pemanfaatan bahan baku lokal sebagai bentuk dukungan terhadap pertanian setempat. Pisang yang digunakan dalam produksi diperoleh langsung dari petani desa, sehingga rantai pasok dapat berjalan secara mandiri tanpa ketergantungan pada pihak luar. Hal ini tidak hanya memastikan ketersediaan bahan baku yang segar dan berkualitas, tetapi juga memberikan dampak ekonomi positif bagi petani lokal. Dengan demikian, keberadaan usaha ini menciptakan efek ganda: meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan memberikan pasar yang stabil bagi petani. Dampak lain yang signifikan adalah tumbuhnya rasa percaya diri di kalangan peserta. Ibu-ibu PKK yang sebelumnya merasa keterbatasan waktu dan keterampilan menjadi hambatan, kini melihat peluang nyata untuk memulai usaha kecil-kecilan dari rumah. Demikian pula, Karang Taruna yang sebelumnya cenderung fokus pada kegiatan sosial, kini mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola bisnis berbasis komunitas. Perubahan pola pikir ini menjadi modal penting dalam membangun masyarakat yang mandiri secara ekonomi dan kreatif dalam menghadapi tantangan pasar modern. Dengan kombinasi keterampilan produksi, inovasi rasa, pengelolaan branding, pemasaran digital, dan pemanfaatan potensi wisata religi, Keripik Pisang Lumer bukan sekadar produk camilan, melainkan simbol kolaborasi, kreativitas, dan kemandirian masyarakat Tenggerwetan. Sinergi antara ibu-ibu PKK dan Karang Taruna menjadikan usaha ini memiliki prospek cerah untuk berkembang menjadi ikon kuliner lokal yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Ke depan, produk ini berpotensi tidak hanya menjadi kebanggaan desa, tetapi juga menjadi salah satu alasan

wisatawan untuk kembali berkunjung, menikmati keindahan Tenggerwetan, dan membawa pulang cita rasa khas yang hanya bisa ditemukan di sini.

Kontribusi terhadap Penguatan Identitas Wisata Religi Desa Tenggerwetan

Kegiatan pelatihan ini secara nyata menjadi langkah strategis dalam memperkuat citra Desa Tenggerwetan sebagai destinasi wisata religi yang berkarakter dan memiliki daya tarik kuliner khas. Keripik Pisang Lumer, sebagai hasil inovasi peserta pelatihan dari kalangan ibu-ibu PKK dan pemuda Karang Taruna, bukan hanya sekadar produk pangan, tetapi telah diposisikan sebagai ikon oleh-oleh yang merepresentasikan identitas budaya dan nilai-nilai religius desa. Keunikan rasa yang dihasilkan dari perpaduan resep lokal dan sentuhan modern menjadi pembeda produk ini dibandingkan camilan serupa di pasaran. Dengan kemasan yang menampilkan unsur budaya lokal seperti motif batik khas daerah, simbol religius, atau pesan-pesan bijak yang relevan dengan nilai kearifan lokal, produk ini memiliki daya tarik visual sekaligus makna yang mendalam bagi pembelinya.

Promosi terpadu menjadi kunci penting dalam memperkenalkan Keripik Pisang Lumer sebagai bagian dari paket pengalaman wisata religi di Tenggerwetan. Melalui sinergi antara panitia kegiatan keagamaan, pengelola destinasi wisata, dan pelaku usaha kreatif, produk ini dapat dipasarkan langsung di lokasi-lokasi strategis seperti area parkir, pusat informasi wisata, atau kios oleh-oleh di sekitar area ziarah. Pendekatan ini memberikan peluang besar bagi pengunjung untuk merasakan pengalaman yang lebih lengkap, di mana mereka tidak hanya menikmati ketenangan dan nilai spiritual dari wisata religi, tetapi juga dapat membawa pulang buah tangan khas yang menjadi simbol kenangan dari kunjungan mereka. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan nilai tambah kegiatan wisata, karena pengunjung cenderung menghargai produk yang memiliki keterkaitan langsung dengan pengalaman mereka di destinasi tersebut. Peran ibu-ibu PKK dan Karang Taruna dalam rantai produksi hingga pemasaran sangat signifikan. Ibu-ibu PKK berperan aktif dalam proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, pengolahan dengan teknik yang higienis, hingga pengemasan yang menarik.



Gambar 5. Pengelolaan Keripik Pisang Lumer

Sementara itu, Karang Taruna, dengan pemahaman mereka terhadap teknologi dan media sosial, mengambil bagian dalam promosi digital melalui platform e-commerce, media sosial desa, dan jaringan komunitas muda. Kolaborasi lintas generasi ini tidak hanya memperkuat kualitas produk, tetapi juga memperluas jangkauan pemasaran sehingga mampu menembus pasar di luar daerah, bahkan berpotensi masuk ke pasar regional.

Integrasi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif melalui keberadaan Keripik Pisang Lumer memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat. Peningkatan pendapatan rumah tangga, terbukanya lapangan pekerjaan baru, serta terbentuknya jaringan usaha mikro yang saling mendukung menjadi bukti konkret bahwa kegiatan ini tidak berhenti pada tataran pelatihan

saja, melainkan berkembang menjadi gerakan ekonomi berbasis potensi lokal. Keberlanjutan usaha ini juga didukung oleh adanya komitmen dari pemerintah desa dan tokoh masyarakat untuk terus memfasilitasi pelatihan lanjutan, inovasi produk, serta akses permodalan. Dengan demikian, keberadaan Keripik Pisang Lumer tidak hanya menjadi pelengkap dalam perjalanan wisata religi di Tenggerwetan, tetapi telah menjadi bagian integral dari narasi besar pengembangan desa. Citra Tenggerwetan sebagai pusat wisata religi kini semakin kuat, karena mampu menghadirkan perpaduan antara nilai spiritual, budaya, dan kuliner unggulan. Sinergi yang terjalin antara masyarakat, pemerintah desa, pelaku usaha kreatif, dan sektor pariwisata memastikan bahwa produk ini akan terus berkembang sebagai ikon kebanggaan desa, sekaligus mendorong keberlanjutan pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Tenggerwetan ini dirancang untuk memberdayakan potensi lokal melalui pelatihan pembuatan dan pemasaran produk keripik pisang lumer sebagai upaya penguatan UMKM berbasis potensi desa. Sasaran kegiatan ini adalah ibu-ibu anggota PKK Desa Tenggerwetan dan anggota Karang Taruna Desa Tenggerwetan, yang memiliki semangat tinggi untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan serta berperan aktif dalam peningkatan ekonomi desa. Kegiatan ini dilaksanakan pada Rabu, 06 Agustus 2025, bertempat di Balai Desa Tenggerwetan atau lokasi lain yang telah disepakati bersama, sehingga memudahkan partisipasi masyarakat secara luas. Dalam kegiatan ini, peserta tidak hanya mendapatkan materi secara teoritis, tetapi juga dibekali keterampilan praktis melalui berbagai metode pembelajaran yang variatif dan interaktif.

Sesi sosialisasi menjadi tahap awal, di mana pemateri memaparkan materi mengenai potensi UMKM, pentingnya inovasi produk, dan strategi pemasaran digital. Materi ini diharapkan dapat membuka wawasan peserta mengenai peluang usaha di era modern yang memerlukan kreativitas, keberanian untuk berinovasi, dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas pasar. Sejalan dengan pendapat Haryono dan Marniyati (2018) yang menyatakan bahwa keberhasilan sebuah produk di pasar tidak hanya ditentukan oleh kualitasnya, tetapi juga oleh inovasi dan strategi pemasaran yang tepat, maka pengenalan pemasaran digital menjadi penting agar peserta dapat memanfaatkan platform online seperti media sosial, marketplace, dan website untuk mempromosikan produk secara efektif. Setelah sesi sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan praktik pembuatan keripik pisang lumer. Pada tahap ini, peserta diajarkan teknik pemilihan bahan baku pisang yang tepat, proses pengirisan, penggorengan dengan suhu yang terkontrol, hingga pencampuran bahan tambahan yang menghasilkan rasa lumer khas. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan pengemasan, desain label, dan branding produk. Pengemasan yang baik tidak hanya melindungi kualitas produk, tetapi juga menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Menurut pendapat Adrianto dkk. (2025), desain kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga kreativitas dalam desain label dan branding menjadi aspek penting yang ditekankan dalam pelatihan ini.

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini menggabungkan ceramah interaktif, demonstrasi langsung, dan simulasi pemasaran produk. Ceramah interaktif memungkinkan terjadinya dialog dua arah antara pemateri dan peserta, sehingga peserta dapat mengajukan pertanyaan dan menyampaikan pendapat secara aktif. Demonstrasi langsung memudahkan peserta memahami setiap langkah pembuatan produk secara visual dan praktis, sementara simulasi pemasaran produk memberikan gambaran nyata bagaimana produk dapat dipromosikan dan dijual di pasar, baik secara offline maupun online. Mengacu pada teori pembelajaran orang dewasa (andragogi) yang dikemukakan oleh Nurdiniah (2024), metode pembelajaran yang melibatkan pengalaman langsung dan partisipasi aktif peserta terbukti lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan. Luaran kegiatan ini diharapkan tidak hanya terbatas pada keterampilan teknis membuat keripik pisang lumer, tetapi juga mencakup kemampuan inovasi dalam pengelolaan produk. Peserta diharapkan mampu menciptakan varian rasa baru,

menyesuaikan produk dengan tren pasar, serta meningkatkan kualitas kemasan agar dapat bersaing di tingkat lokal maupun nasional. Lebih dari itu, kegiatan ini juga menargetkan peningkatan kapasitas masyarakat dalam bidang kewirausahaan, sehingga mereka dapat menjadi pelaku usaha yang mandiri dan berdaya saing. Hasil kegiatan ini juga akan dipublikasikan dalam bentuk artikel ilmiah pada jurnal pengabdian kepada masyarakat, yang sekaligus menjadi dokumentasi akademik atas kontribusi nyata program ini.

Keberhasilan program ini diukur tidak hanya dari kemampuan peserta menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga dari meningkatnya kepercayaan diri mereka dalam menjalankan usaha. Dalam jangka panjang, diharapkan tercipta jaringan pemasaran yang berkelanjutan, baik melalui kolaborasi antaranggota komunitas maupun dengan pihak luar, seperti pelaku usaha, koperasi, atau platform penjualan digital. Sejalan dengan pendapat Kusumaningrum dkk. (2024) yang menekankan bahwa inovasi adalah fungsi utama dari kewirausahaan, kegiatan ini mendorong masyarakat untuk terus berinovasi agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Melalui kegiatan ini, masyarakat Desa Tenggerwetan tidak hanya mendapatkan bekal keterampilan teknis, tetapi juga dibentuk pola pikir wirausaha yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Dengan memanfaatkan potensi lokal berupa bahan baku pisang yang melimpah, kegiatan ini menjadi solusi kreatif untuk meningkatkan nilai tambah produk desa. Proses pelatihan yang terstruktur, metode pembelajaran yang partisipatif, serta pendampingan dalam pemasaran diharapkan dapat menghasilkan pelaku UMKM baru yang tangguh, inovatif, dan berorientasi pada kualitas. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan dan pemasaran keripik pisang lumer ini menjadi langkah nyata dalam mewujudkan kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal dan pariwisata religi, sekaligus mengangkat nama Desa Tenggerwetan sebagai desa yang produktif, kreatif, dan berdaya saing.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan dan pemasaran keripik pisang lumer di Desa Tenggerwetan, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode Asset-Based Community Development (ABCD) terbukti menjadi pendekatan yang efektif, partisipatif, dan berkelanjutan dalam menggerakkan potensi masyarakat menuju kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal. Metode ABCD menitikberatkan pada penggalian, penguatan, dan pemanfaatan aset yang telah dimiliki oleh masyarakat, baik berupa sumber daya alam, keterampilan individu, jejaring sosial, maupun nilai-nilai budaya yang mengakar. Pendekatan ini memandang masyarakat bukan sebagai objek yang kekurangan, melainkan sebagai subjek yang memiliki modal berharga untuk mengembangkan diri dan lingkungannya.

Pelaksanaan kegiatan dengan tahapan Discovery, Dream, Design, Define, dan Destiny telah mampu memfasilitasi masyarakat untuk mengenali potensi mereka secara kolektif. Pada tahap Discovery, peserta berhasil mengidentifikasi berbagai aset yang sebelumnya kurang disadari, seperti ketersediaan pisang lokal berkualitas, keterampilan mengolah makanan yang dimiliki ibu-ibu desa, dan adanya dukungan komunitas. Tahap Dream mendorong munculnya visi bersama untuk menjadikan keripik pisang lumer sebagai produk unggulan desa yang memiliki daya saing di pasar lokal maupun regional. Selanjutnya, tahap Design dan Define mengarahkan masyarakat pada perencanaan konkret, mulai dari pengolahan bahan baku, inovasi rasa, pengemasan yang menarik, hingga strategi pemasaran yang efektif. Tahap Destiny menjadi momentum untuk mengimplementasikan rencana tersebut dengan semangat kebersamaan dan komitmen jangka panjang. Kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis terkait proses produksi, tetapi juga menanamkan pengetahuan penting tentang pemasaran modern, khususnya melalui pemanfaatan media digital. Peserta dibekali kemampuan untuk memanfaatkan platform media sosial dan marketplace sebagai sarana promosi, sehingga produk keripik pisang lumer dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, pelatihan ini telah memadukan aspek produksi dan pemasaran secara terpadu, sehingga hasilnya lebih optimal dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

Selain manfaat ekonomi, program ini juga memberikan dampak sosial yang signifikan. Masyarakat menunjukkan peningkatan partisipasi aktif, saling mendukung dalam proses produksi, dan memiliki rasa percaya diri yang lebih tinggi dalam memasarkan produk mereka. Terjalannya hubungan yang harmonis antarwarga memperkuat kohesi sosial, sementara keberhasilan produk ini berpotensi memperkuat identitas Desa Tenggerwetan sebagai pusat inovasi kuliner berbasis potensi lokal. Integrasi produk unggulan ini dengan wisata religi setempat juga membuka peluang sinergi sektor ekonomi kreatif dan pariwisata, sehingga memberikan dampak ganda yang positif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode ABCD dalam pelatihan pembuatan dan pemasaran keripik pisang lumer di Desa Tenggerwetan menjadi langkah nyata dalam mewujudkan kemandirian ekonomi berbasis potensi lokal dan pariwisata religi. Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa ketika masyarakat diberdayakan melalui pendekatan yang memfokuskan pada kekuatan dan aset yang dimiliki, mereka mampu menciptakan perubahan yang bermakna, berkelanjutan, dan membanggakan, sekaligus mengangkat citra desa di tingkat regional maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, Yosef Richo, Martinus Sony Erstiawan, dan Darwin Yuwono Riyanto. 2025. “Pelatihan Desain Kemasan, Branding Dan Literasi Keuangan Kelompok Tani Elok Mekar Sari.” *JPMNT: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT NIAN TANA* 3 (2): 11–31. <https://doi.org/10.59603/jpmnt.v3i2.793>.
- Askhar, Bayu Malikul, Tri Winarsih, dan Maulidza Nur Fauzi. 2024. “Strategi Manajemen Keuangan Dan Digital Marketing Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Produk.” *Jurnal USAHA* 5 (1): 74–81. <https://doi.org/10.30998/juuk.v5i1.2897>.
- Asrah, Bengi, Herlin Syahdina Lubis, Cut Tarisa, dan Nurwani Nurwani. 2024. “Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara.” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 7 (2): 215–24. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>.
- Faedlulloh, Dodi. 2018. “BUMDes dan Kepemilikan Warga: Membangun Skema Organisasi Partisipatoris.” *Journal of Governance* 3 (1). <https://doi.org/10.31506/jog.v3i1.3035>.
- Fitrianto, Achmad Room, Een Rizki Amaliyah, Silviana Safitri, Deddy Setyawan, dan Maydila Kifty Arinda. 2020. “Pendampingan dan Sosialisasi pada Usaha Toko Kelontong dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong.” *Jurnal Abdidas* 1 (6): 579–91. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.120>.
- Gobal, Raju, Yohanis Tasik Allo, dan Duryana. 2024. “Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa.” *Bulletin of Community Engagement* 4 (2): 233–38. <https://doi.org/10.51278/bce.v4i2.1385>.
- Godwin, Gelard, Sausan Raihana Putri Junaedi, Marviola Hardini, dan Suryari Purnama. 2024. “Inovasi Bisnis Digital untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM melalui Teknologi dan Adaptasi Digital.” *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 5 (2): 41–47. <https://doi.org/10.34306/abdi.v5i2.1172>.
- Haryono, Tulus, dan Sabar Marniyati. 2018. “PENGARUH MARKET ORIENTATION, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KINERJA BISNIS DALAM MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)* 17 (2): 51–68. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>.
- Khairi, Ulfah Amirah, Nurlaila Hasibuan, Arya Zidan Riza Pratama, dan Suhairi. 2024. “Strategi Pemasaran Dan Posisi Target Sebagai Kunci Keberhasilan Bisnis.” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9 (1). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.21424>.

- Kusumaningrum, Hesti, Shalwa Azzahra, dan Azma Auliya Rifqiya. 2024. "Peran Strategis Sumber Daya Manusia Dalam Menggerakkan Inovasi Kewirausahaan Perusahaan." *Aslamiab : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Sosial Dan Budaya* 2 (2): 200–216.
- Mahmudah, Liaqodatul, dan Anna Zakiyah Hastriana. 2024. "Dampak Pendapatan Usaha Kecil Menengah Terhadap Kesejahteraan Pekerja Dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Studi Pekerja Perempuan Tape Singkong Desa Pordapor Kecamatan Guluk-Guluk." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 3 (1): 299–314. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i1.2101>.
- Marsya, Andi, M. Arif Musthofa, Nurjali Nurjali, dan Wandu. 2025. "STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KERIPIK PISANG 'MERASA' DI KABUPATEN TANJUNG JABUNG TIMUR." *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 12 (1): 39–52. <https://doi.org/10.53429/jdes.v12i1.1261>.
- Najamudin, Fachrul, dan Adam Hafidz Al Fajar. 2024. "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS SUMBER DAYA LOKAL MELALUI PENDEKATAN ABCD UNTUK MENCAPAI SDG 1: TANPA KEMISKINAN." *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 7 (2): 142–58. <https://doi.org/10.24198/focus.v7i2.58936>.
- Nurdiniah, Siti. 2024. "Langkah-Langkah Partisipasi Guru Dalam Pendekatan Pembelajaran Aktif Di Muslimeen Suksa School, Thailand." *Karimah Taubid* 3 (8): 8581–98. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i8.14890>.
- Srirejeki, Kiky, Agus Faturahman, Warsidi Warsidi, Permata Ulfah, dan Eliada Herwiyanti. 2020. "Pemetaan Potensi Desa untuk Penguatan Badan Usaha Milik Desa dengan Pendekatan Asset Based Community-Driven Development." *Warta LPM* 23 (1): 24–34. <https://doi.org/10.23917/warta.v23i1.8974>.