

## PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN UNTUK MENGOPTIMALKAN PRODUKSI DAN PEMASARAN PRODUK UMKM KERIPIK, KERUPUK, KEMPLANG

Dedi Setiadi<sup>1\*</sup>, Onne Akbar Nur Ichsan<sup>2</sup>, Novi Susanti<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Pagar Alam, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Institut Teknologi Pagar Alam, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Pendidikan Matematika, STKIP Muhammadiyah Pagar Alam, Indonesia

[dedisetiadi1212@gmail.com](mailto:dedisetiadi1212@gmail.com)<sup>1</sup>, [onneichsan@gmail.com](mailto:onneichsan@gmail.com)<sup>2</sup>, [novisusanti@yahoo.co.id](mailto:novisusanti@yahoo.co.id)<sup>3</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Kelurahan Tebat Giri Indah merupakan salah satu daerah yang memproduksi keripik, kerupuk, dan kemplang, tetapi terdapat permasalahan yaitu alat produksi yang digunakan masih sederhana sehingga produksi kurang optimal. serta kemasannya masih biasa, dan juga mitra terkendala pemasaran yang hanya bisa menjangkau wilayah lokal saja. Tujuan dari pengabdian ini yaitu mengadakan pelatihan dan pengabdian untuk mengoptimalkan produksi dan pemasaran produk keripik, kerupuk dan kemplang, di kelurahan Tebat Giri Indah. Dengan tahapan-tahapan yaitu analisis kebutuhan, perancangan, pendampingan dan implementasi, serta evaluasi. Peserta yaitu mitra dan masyarakat Tebat Giri Indah yang berjumlah 15 orang. Hasil dari kegiatan ini yaitu meningkatkan hasil produksi keripik dari 3 tandan/minggu menjadi 5 tandan/minggu, produksi kerupuk dari 200 kg/minggu menjadi 300 kg/minggu, dan produksi kemplang dari 200 kg/minggu menjadi 350 kg/minggu. Hasil lainnya yaitu keripik, kerupuk dan kemplang memiliki kemasan yang menarik dan kekinian dengan adanya merk pada kemasannya, serta mitra memiliki akun media sosial sebagai media pemasaran yang jangkauannya lebih luas.

**Kata Kunci:** Digital Marketing; Optimalisasi; Pelatihan; Smart Packaging; UMKM.

**Abstract:** Tebat Giri Indah sub-district is one of the areas that produces chips, crackers and kemplang, but there is a problem, namely that the production equipment used is still simple so production is less than optimal. and the packaging is still ordinary, and partners are also constrained by marketing which can only reach local areas. The aim of this service is to provide training and service to optimize the production and marketing of chips, crackers and kemplang products, in the Tebat Giri Indah sub-district. With stages, namely needs analysis, design, assistance and implementation, and evaluation. Participants were partners and the Tebat Giri Indah community, totaling 15 people. The results of this activity are increasing chip production from 3 bunches/week to 5 bunches/week, cracker production from 200 kg/week to 300 kg/week, and kemplang production from 200 kg/week to 350 kg/week. Another result is that chips, crackers and kemplang have attractive and contemporary packaging with branding on the packaging, and partners have social media accounts as marketing media with a wider reach.

**Keywords:** Digital Marketing; Optimization; Training; Smart Packaging; MSMEs.



#### Article History:

Received: 04-10-2023

Revised : 03-11-2023

Accepted: 07-11-2023

Online : 01-12-2023



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Kelurahan Tebat Giri Indah merupakan salah satu daerah yang berlokasi di tengah kota Pagar Alam provinsi Sumatera Selatan, yang masyarakatnya heterogen baik dari suku budaya dan profesi atau pekerjaan. Salah satunya adalah sebagai pemilik UMKM dengan memproduksi berbagai macam olahan makanan, ringan seperti keripik, kerupuk, dan kemplang (3K). Keripik merupakan makanan ringan jenis *crackers* yang bersifat kering, renyah (*crispy*), dan kandungan lemaknya relatif tinggi. (Kusumawaty, 2018). Keripik adalah makanan yang terbuat dari irisan tipis buah-buahan atau umbi-umbian yang di goreng dengan menggunakan minyak sayur, (Aristo, 2016). Kerupuk merupakan suatu makanan kering yang terbuat dari adonan tepung tapioca (Ghazali et al., 2021) yang dicampur dengan bahan perasa seperti ikan atau udang. Makanan ini merupakan salah satu makanan ringan populer dan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia (Indrawati et al., 2021). Kemplang adalah salah satu jenis kerupuk yang biasanya dibuat dari tepung dengan bahan campuran ikan (Nisa et al., 2021). Kemplang merupakan makanan khas provinsi Sumatera Selatan (Setiawan, 2017). Berdasarkan proses pemasakannya terdapat dua jenis kemplang yaitu kemplang goreng dan kemplang panggang (TIMUR, 2015). Berdasarkan pengamatan yang dilakukan di tiga UMKM tersebut, ditemukan beberapa permasalahan dari aspek produksi dan pemasaran yang kurang optimal.

Pada produksi keripik peralatan yang digunakan masih sangat sederhana, serta pada proses pengeringan keripik dan kerupuk setelah digoreng masih menggunakan koran bekas, dimana menurut keamanan pangan hal ini kurang higienis dan membutuhkan waktu cukup lama. serta kemasannya masih biasa belum menggunakan kemasan yang kekinian dengan desain yang menarik. Pada usaha kemplang saat pencampuran adonan masih manual yaitu dengan tangan langsung, sehingga kurang higienis dan membutuhkan waktu yang lama dalam mencampur adonan tersebut.

Ketiga jenis UMKM tersebut juga terkendala pemasaran yang masih secara konvensional, yaitu ditawarkan ke warung-warung dengan mendatangi langsung, sehingga membutuhkan banyak modal yaitu tenaga, waktu dan BBM, karena harus keliling di kota Pagar Alam dan sekitarnya, dan belum memanfaatkan teknologi dalam memperluas jangkauan pemasaran.

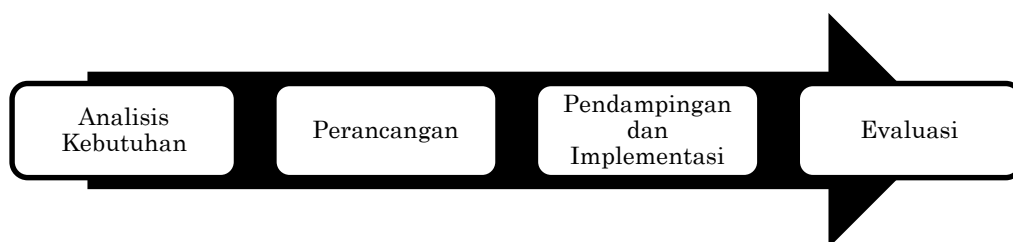
Melihat kondisi seperti diatas, maka perlu cara atau teknik yang dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kapasitas produksi yaitu pengadaan dan pendampingan penggunaan alat atau teknologi yang dapat mengoptimalkan produksi pada UMKM keripik, kerupuk dan kemplang (3K). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arif & Mesra (2022), penggunaa alat pengiris pisang dapat memberikan solusi berupa hasil irisan pisang yang lebih seragam baik ketebalan maupun panjangnya dan dapat memangkas waktu

pengirisan menjadi lebih cepat. Dan berdasarkan penelitian Witjaksono et al. (2023) bahwa penggunaan *spinner* dapat meningkatkan kualitas dari keripik. Serta inovasi dalam pengemasan (*packaging*) dengan menggunakan kemasan yang kekinian untuk mengemas produk dengan lebih baik dan menarik, sehingga dapat memikat minat pembeli terhadap produk yang dihasilkan serta menjaga kebersihan dan keawetan produk tersebut (Tawakkal & Cahyaningrum, 2022).

Kegiatan PKM yang dilakukan juga memberikan pendampingan dan pelatihan pembuatan akun media sosial bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan omset penjualan (Oktarina et al., 2019). Sehingga tujuan dari pengabdian ini bisa terwujud yaitu meningkatkan atau mengoptimalakan produksi dan pemasaran produk UMKM di kelurahan Tebat Giri Indah dengan menggunakan alat atau teknologi dalam proses produksi, serta untuk meningkatkan hasil penjualan Dewi & Rahmat (2022) dengan memanfaatkan *digital marketing*, Melati et al. (2020) yang lebih praktis dalam memasarkan produknya dan meringankan biaya pemasaran, sehingga penghasilan UMKM di kelurahan Tebat Giri Indah meningkat. Berdasarkan penelitian Setiadi et al. (2022), Media sosial adalah sarana yang paling ekonomis untuk menyalurkan informasi dan mengiklankan produk-produk UMKM dengan cakupan yang lebih besar secara finansial.

## B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan PKM di kelurahan Tebat Giri Indah, melibatkan tim pengusul yang terdiri dari 1 orang ketua, 2 orang anggota, melibatkan 4 orang mahasiswa dan masyarakat Tebat Giri Indah serta mitra yang terdiri dari UMKM keripik risma yang dikelola oleh ibu Ayu, memproduksi keripik pisang dan keripik singkong dengan berbagai variasi rasa, UMKM kerupuk dinda yang dimiliki oleh bapak sarifudin, memproduksi berbagai jenis kerupuk, dan UMKM yang ketiga yaitu kemplang tata, yang dimiliki dan dikelola oleh bapak nasrun, yang memproduksi jenis kemplang panggang yang diproduksi dan di pasarkan langsung oleh keluarga bapak nasrun. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu dengan pelatihan dan pendampingan, dengan tahapan-tahapan yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan pengabdian kepada masyarakat

Tahapan kegiatan pengabdian pada gambar 1 dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Tahap Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini, terdapat beberapa langkah yang dilakukan, yaitu:

- a. Identifikasi ruang lingkup, pada tahap ini tim pengusul melakukan identifikasi ruang lingkup kegiatan agar tercapai tujuan yang diharapkan, menganalisa faktor-faktor yang berperan dalam keberhasilan kegiatan PKM. Setelah faktor-faktor tersebut diidentifikasi, tim pengusul akan menetapkan permodelan teknologi yang akan diimplementasikan pada UMKM, yaitu berupa penggunaan alat atau teknologi yang memudahkan pekerjaan dalam proses produksi pada UMKM, serta pemanfaatan media sosial pada digital marketing produk-produknya.
- b. Pengumpulan data, yang dilakukan untuk membantu tim pengusul dalam merancang teknologi bagi mitra di kelurahan Tebat Giri Indah. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi ke objek penelitian langsung, Putri et al. (2023) yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang apa saja kebutuhan, untuk mengoptimalkan UMKM.

### 2. Tahap perancangan

Pada tahap ini dilakukan perancangan teknologi sebagai solusi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh mitra di kelurahan Tebat Giri Indah, yang terdiri dari:

- a. Perancangan teknologi mengurangi kadar minyak di keripik dan kerupuk, dimana sebelumnya masih menggunakan koran yang tidak higienis, sehingga perlu perancangan penggunaan alat atau teknologi, yang dapat mengurangi kadar minyak sayur.
- b. Perancangan mencampur adonan dengan praktis, yang sebelumnya, ketika mencampur adonan masih menggunakan tangan, yang dirasa kurang higienis dan membutuhkan banyak tenaga, serta waktu yang lama, oleh sebab itu di rancang dengan penggunaan teknologi atau alat yang dapat mencampur adonan lebih praktis, hemat tenaga dan waktu.

### 3. Tahap pendampingan dan implementasi

Pada tahap ini, dilakukan pendampingan dan implementasi yang terdiri dari: (a) Pendampingan dan implementasi alat *spinner* dan juga dibimbing bagaimana teknik pengemasan yang baik, dengan menggunakan kemasan yang menarik dan kekinian; (b) Pendampingan dan implementasikan alat pencampur adonan bertenaga listrik; dan (c) Pelatihan dan pendampingan untuk mengoptimalkan pemasaran. Setiap kegiatan pendampingan dan implementasi yang dilakukan melibatkan mahasiswa sebagai asisten lapangan dan pelaksana teknis pada kegiatan PKM ini.

#### 4. Tahap evaluasi

Setelah memberikan pendampingan dan menerapkan teknologi sebagai solusi bagi masalah mitra UMKM di Kelurahan Tebat Giri Indah, tim yang mengusulkan melakukan penilaian untuk mengukur sejauh mana program yang telah dijalankan dapat efektif. Evaluasi dilakukan dengan mengamati dan mewawancarai secara langsung subjek-subjek terkait, serta membandingkan pengetahuan pelaku UMKM sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan (Rianto & Olivia, 2020).

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengabdian yang dilaksanakan di kelurahan Tebat Giri indah, memberikan kontribusi positif terhadap mitra PKM, yaitu meningkatnya produksi dan pemasaran UMKM keripik, kerupuk dan kemplang (3K) dengan pemberian alat atau teknologi yang memudahkan proses produksi, serta dengan adanya pelatihan dan pembekalan tentang pengemasan produk-produk UMKM yang baik dan menarik dengan menambahkan merk atau label, serta adanya akun media sosial UMKM *tiktok*, *facebook* dan *instagram*, yang dapat digunakan sebagai media pemasaran dengan memanfaatkan *digital marketing*.

#### 1. Sosialisasi kegiatan

Proses dimulai dengan penyampaian informasi mengenai pelaksanaan kegiatan kepada mitra dan masyarakat di kelurahan Tebat Giri Indah. Tim PKM memaparkan materi, dalam rangkaian kegiatan ini yaitu berupa pelatihan dan pendampingan dalam upaya meningkatkan kapasitas produksi, termasuk penyerahan alat untuk mengiris pisang, alat peniris minyak, *sealer* dan alat pengaduk adonan kemplang. Di samping itu dilaksanakan pelatihan mengenai proses pengemasan produk dan pemberian label pada kemasan produk, serta pelatihan dan pendampingan dalam menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan dan menjual produk, dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan dari UMKM.

#### 2. Pelatihan dan Pendampingan Peningkatan Kapasitas Produksi

Dalam konteks pelatihan peningkatan kapasitas produksi, kegiatan ini mencakup berbagai hal, antara lain:

- a. Pelatihan dan pendampingan dalam proses pemotongan pisang. Sebelum pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, mitra melakukan pemotongan pisang menggunakan pengiris pisang model lama, seperti yang terlihat dalam Gambar 2. Akibatnya, hasil pemotongan keripik pisang yang dihasilkan memiliki ketebalan dan panjang yang beragam. Oleh sebab itu, tim pengabdian memberikan bantuan alat potong pisang model baru, yang menjadikan hasil potong lebih konsisten ukuran, terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 2.** Memotong pisang cara lama



**Gambar 3.** Memotong pisang dengan alat yang baru

Setelah keripik dan kerupuk digoreng, untuk menghilangkan kadar minyak sayur yaitu dengan cara keripik dan kerupuk di taruh diatas koran kertas, seperti pada Gambar 4. tetapi cara ini kurang higeinis dan kadar minyaknya tidak benar-benar kering, sehingga ketika dikemas akan terlihat minyak di dalam kemasan, oleh sebab itu pada pengabdian ini tim memberikan alat dan melakukan pelatihan penggunaan alat bertenaga listrik yaitu *spinner*. Dengan alat ini hasilnya keripik dan kerupuk yang setelah masuk ke *spinner* kadar minyaknya, benar-benar kering dan kualitasnya lebih baik, yang dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 4.** Mengurangi kadar minyak dengan alas koran



**Gambar 5.** Alat peniris minyak (*spinner*)

- b. Setelah itu masuk pada proses pengemasan, dimana untuk menutup kemasan, digunakan lilin untuk merekatkannya, yang terlihat pada Gambar 6. tetapi cara ini kurang rapi dan praktis, karena butuh ketelitian, dan terkadang hasilnya kurang rapi menjadikan kualitas keripik kurang baik. Pada PKM ini untuk mengemas keripik dan kerupuk dengan menggunakan alat untuk merekatkan kemasan dengan *sealer*, yang memudahkan dalam proses pengemasan keripik dan kerupuk sehingga hasilnya menjadi lebih rapih seperti pada Gambar 7.



**Gambar 6.** Merapatkan kemasan dengan menggunakan lilin



**Gambar 7.** Merapatkan kemasan dengan menggunakan *sealer*

c. Pelatihan dan pendampingan dalam proses menyatukan adonan kemplang. Sebelum pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, mitra dalam mengaduk adonan kemplang masih menggunakan tangan secara langsung, yang dapat dilihat pada gambar 8. tetapi cara ini membutuhkan tenaga yang banyak dan membutuhkan waktu yang lama dalam prosesnya. Pada kegiatan PKM ini untuk meringankan proses mengaduk adonan kemplang dengan memberikan bantuan alat atau mesin bertenaga listrik, yang dapat memudahkan dan mempercepat proses mengaduk adonan kemplang dan ternyata setelah di coba hasil adonannya lebih rata dan lebih halus, dapat dilihat pada Gambar 9.



**Gambar 8.** Proses mengaduk adonan dengan tangan



**Gambar 9.** Proses mengaduk adonan dengan alat atau mesin bertenaga listrik

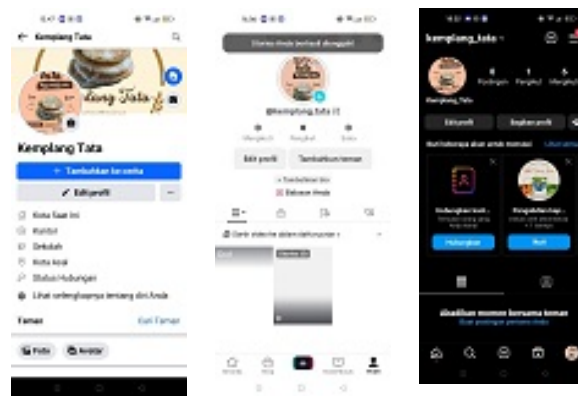
### 3. Pelatihan dan pendampingan dalam perbaikan aspek pemasaran

Dalam aspek pemasaran termasuk didalamnya yaitu pelatihan dan pendampingan membuat kemasan yang menarik dan kekinian, dengan *standing pouch* dan diberi merk atau label sehingga produnya bisa dikenali. Hasil pengemasan yang dilakukan oleh mitra dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Kemasan dengan merk atau label produk

Selain itu, tim pengabdian juga memberikan pelatihan dan pendampingan membuat akun *tiktok*, *facebook* dan *instagram* milik UMKM tersebut. Dan hasilnya dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Akun media sosial UMKM

#### 4. Evaluasi Kegiatan

Pada tahap ini, dilakukan pemantauan dan evaluasi terhadap sejumlah indikator kinerja pada UMKM keripik. Indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan PKM ini mencakup jumlah produksi, waktu yang diperlukan dalam proses produksi, metode pengemasan produk, cakupan pasar, tingkat pengetahuan mitra, sebagaimana yang terdokumentasi dalam Tabel 1.

Tabel 1. Monitoring dan evaluasi UMKM keripik

No	Indikator	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1	Volume	3 tandan/minggu	5 tandan/minggu
2	Waktu	6-8 jam/hari	3-5 jam/hari
3	Pengemasan Produk	Kemasan kurang menarik, tidak ada merk/label	Kemasan bervariasi, menarik, praktis, dan sudah adanya merk/label
4	Pemasaran	Hanya di kota Pagar Alam dan sekitarnya	Bisa menjangkau lebih luas yaitu nasional bahkan dunia dengan bantuan media social
5	Media promosi (Pengetahuan mitra)	Belum ada	Sudah ada yaitu <i>tiktok</i> , <i>facebook</i> dan <i>Instagram</i>



Pemantauan dan evaluasi terhadap sejumlah indikator kinerja juga dilakukan pada UMKM kerupuk, sebagaimana yang terdokumentasi dalam Tabel 2.

**Tabel 2.** Monitoring dan evaluasi UMKM kerupuk

No	Indikator	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1	Volume	200 kg/minggu	300 kg/minggu
2	Waktu	6-7 jam/hari	3-4 jam/hari
3	Pengemasan Produk	Kemasan kurang menarik, tidak ada merk/label	Kemasan bervariasi, menarik, praktis, dan sudah adanya merk/label
4	Pemasaran	Hanya di kota Pagar Alam dan sekitarnya	Bisa menjangkau lebih luas yaitu nasional bahkan dunia dengan bantuan media social
5	Media promosi (Pengetahuan mitra)	Belum ada	Sudah ada yaitu <i>tiktok</i> , <i>facebook</i> dan <i>Instagram</i>

Pemantauan dan evaluasi terhadap sejumlah indikator kinerja juga dilakukan pada UMKM kemplang, sebagaimana yang terdokumentasi dalam Tabel 3.

**Tabel 3.** Monitoring dan evaluasi UMKM kemplang

No	Indikator	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1	Volume	200 kg/minggu	350 kg/minggu
2	Waktu	5-6 jam/hari	3-4 jam/hari
3	Pengemasan Produk	Kemasan kurang menarik, tidak ada merk/label	Kemasan bervariasi, menarik, praktis, dan sudah adanya merk/label
4	Pemasaran	Hanya di kota Pagar Alam dan sekitarnya	Bisa menjangkau lebih luas yaitu nasional bahkan dunia dengan bantuan media social
5	Media promosi (Pengetahuan mitra)	Belum ada	Sudah ada yaitu <i>tiktok</i> , <i>facebook</i> dan <i>Instagram</i>

Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan terhadap kegiatan pengabdian, mitra menunjukkan respon yang sangat positif, ini terlihat dari sambutan baik yang diberikan oleh mitra terhadap tim pengabdian serta partisipasi aktif mitra dalam seluruh proses dan rangkaian kegiatan.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan PKM dengan mitra UMKM keripik, kerupuk dan kemplang di kelurahan Tebat Giri Indah, telah meningkatkan hasil produksi keripik dari 3 tandan/minggu menjadi 5 tandan/minggu, produksi kerupuk dari 200 kg/minggu menjadi 300 kg/minggu, dan produksi kemplang dari 200 kg/minggu menjadi 350 kg/minggu, serta menambah pengetahuan, mengoptimalkan produksi dengan memberikan bantuan alat produksi, yaitu

pemotong pisang, peniris minyak (*spinner*), *sealer*, dan alat pengaduk adonan. Selain itu mitra juga mendapatkan pelatihan tentang teknik pengemasan dengan kemasan yang lebih menarik, dan kekinian, serta pelatihan *digital marketing* memanfaatkan media sosial, *tiktok*, *facebook* dan *instagram*, sehingga dapat memperluas pemasaran produk UMKM 3K. Adapun saran bagi mitra diharapkan alat produksi yang telah diberikan dijaga dan dirawat, agar produksi terus meningkat. Dan pada kegiatan pengabdian lanjutan diharapkan ada inovasi baru terkait peningkatan produksi dan pemasaran produk UMKM keripik, krupuk dan kemplang (3K).

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan, kepada tim dan mahasiswa yang telah memberikan bantuan selama pelaksanaan kegiatan PKM ini, kepada bapak Nasrun dan ibu Ayu sebagai mitra, dan kepada masyarakat Tebat Giri Indah sebagai peserta yang ikut berpartisipasi dalam kegiatan ini. Tim pengabdian juga ingin mengucapkan terima kasih kepada P3M Institut Teknologi Pagar Alam atas bantuan administratif yang telah mempermudah proses pelaksanaan kegiatan ini. Dan terima kasih sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Kemendikbudristek, yang telah mendanai pengabdian ini pada skema Pengabdian Masyarakat Pemula tahun 2023.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arif, M., & Mesra, T. (2022). Bimbingan Teknis Peningkatan Kapasitas Produksi Keripik Pisang Salai Bu Atika Di Kelurahan Bukit Nenas. *KALANDRA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1–8.
- Aristo, S. F. (2016). Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen woles chips. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 441–447.
- Dewi, D. P. S., & Rahmat, M. (2022). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Omzet Industri Keripik Di Bandar Labuhan Tanjung Morawa. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(11), 3037–3042.
- Ghazali, M., Rabbani, R., Sari, M., Rohman, M. H., Nasiruddin, M. H., Suherman, S., & Nurhayati, N. (2021). Pelatihan Pengolahan Kerupuk Ikan di Desa Ekas Buana Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(2).halaman?
- Indrawati, R. T., Putri, F. T., Rochmatika, R. A., & Prawibowo, H. (2021). Peningkatan kapasitas produksi melalui rancang bangun mesin semi otomatis pemotong adonan kerupuk. *Jurnal Rekayasa Mesin*, 16(3), 437–446.
- Kusumawaty, Y. (2018). Strategi pemasaran produk makanan ringan khas Riau (keripik nenas dan rengginang ubi kayu). *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 124–138.
- Melati, I. S., Margunani, M., Mudrikah, S., & Pitaloka, L. K. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 155–163.
- Nisa, F., Astuti, K. D., Maryanih, A., Taqila, A. S., Noviyanti, N., & Affanti, C. C. P. (2021). Pemanfaatan Limbah Cangkang Kerang Hijau Sebagai Kerupuk Kemplang Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Domas Kecamatan Pontang Provinsi Banten. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(2), 103–108.
- Oktarina, N., Widodo, J., & Fachrurrozie, F. (2019). Penguatan umkm Melalui

- Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh purwodadi. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 170–174.
- Putri, G. R., Lubis, R. F., Arsil, F., Sitorus, T. M., Zulhamidi, Z., & Siregar, R. S. (2023). Teknologi Desain Kemasan Dalam Upaya Peningkatan Value Added Produk Usaha Kecil dan Menengah. *Journal of Industrial Community Empowerment*, 2(1), 24–29.
- Rianto, H., & Olivia, H. (2020). Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(2), 291–299.
- Setiadi, D., Dhiniati, F., & Anggraini, L. (2022). Inovasi Dan Digitalisasi Untuk Optimalisasi Potensi Desa Sindang Panjang Kecamatan Tanjung Sakti PUMI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 1–6.
- Setiawan, H. (2017). Rekomendasi Intervensi Ergonomi Pada UKM Unggulan Provinsi Sumsel. *Logic: Jurnal Rancang Bangun Dan Teknologi*, 17(2), 86–91.
- Tawakkal, M. I., & Cahyaningrum, V. D. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Produksi Keripik Pisang Varian Rasa Sebagai Produk Kewirausahaan Bagi Ibu Pkk Desa Kalianyar Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. *Al-Umron: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 43–50.
- TIMUR, K. O. K. U. L. U. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Kemplang Panggang Di Kecamatan Martapura. *Sumber*, 125, 2016.
- Witjaksono, G. S. B., Lius, M., Fauziah, A., Kusumawardhani, L. O., Darmawan, T. W., & Farishi, M. S. (2023). Sosialisasi dan Implementasi Pembuatan Mesin Spinner pada UMKM Keripik Menjes Kyu di Kelurahan Pakunden Blitar. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 173–183.