



**UPSCALING PRODUKSI DAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENINGKATAN
KAPASITAS PRODUKSI DAN DAYA SAING UMKM KERIPIK PEDESAAN**

Rasmiyana, Putu Tessa Fadhila*, A. Sirojul Anam Izza Rosyadi, Ade Galuh Rakhmadevi,
Putri Satika Dewi

Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia

*Corresponding author. E-mail: tessa@polije.ac.id

Received: Apr 25, 2026

Revised: May 21, 2026

Approved: Jun 18, 2026

Abstrak

UMKM pangan di kawasan pedesaan kerap menghadapi kendala berupa keterbatasan kapasitas produksi, kemasan yang tidak kompetitif, dan pemasaran yang bersifat konvensional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas produksi dan manajemen pemasaran UMKM Aneka Keripik Aidaa melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) dan *Participatory Action Research* (PAR). Program dilaksanakan dalam dua tahap: (1) *upscaling* produksi melalui penerapan teknologi *deep frying* dan alat *spinner*; dan (2) perbaikan pemasaran melalui redesain kemasan dan pelatihan *digital marketing* berbasis media sosial serta *marketplace*. Evaluasi dilakukan dengan *pre-test* dan *post-test*. Hasilnya, rata-rata nilai peserta meningkat dari 28,57 menjadi 100, yang mengindikasikan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan. Program ini berkontribusi pada peningkatan efisiensi produksi, kualitas produk, dan perluasan jangkauan pasar. Pengabdian ini menunjukkan bahwa kombinasi teknologi tepat guna dan literasi digital mampu mendorong kemandirian dan daya saing UMKM berbasis komunitas desa.

Kata Kunci: ABCD-PAR, *Digital Marketing*, UMKM Keripik, *Upscaling* Produksi

Abstract

Food-based MSMEs in rural areas often face challenges such as limited production capacity, uncompetitive packaging, and conventional marketing methods. This community service project aims to enhance the production capacity and marketing management of the Aneka Keripik Aidaa MSME through the Asset-Based Community Development (ABCD) and Participatory Action Research (PAR) approaches. The program was implemented in two phases: (1) upscaling production through the application of deep frying technology and the use of a spinner; and (2) improving marketing through packaging redesign and training in digital marketing using social media and online marketplaces. An evaluation was conducted using pre- and post-tests. As a result, the participants' average score increased from 28.57 to 100, indicating a significant improvement in knowledge and skills. This program contributed to improved production efficiency, product quality, and expanded market reach. This community service initiative demonstrates that the combination of appropriate technology and digital literacy can foster the self-reliance and competitiveness of village-based MSMEs.

Keywords: ABCD-PAR, Chip MSMEs, *Digital Marketing*, *Production Upscaling*

How to Cite:

Rasmiyana, R., Fadhila, P.T., Rosyadi, A.S.A.I., Rakhmadevi, A.G., & Dewi, P.S. (2026). Upscaling produksi dan digital marketing untuk peningkatan kapasitas produksi dan daya saing umkm keripik pedesaan. *InEJ: Indonesian Engagement Journal*, 7(1), 106-116. <https://doi.org/10.21154/inej.v7i1.13609>



Copyright: © 2026 by author (s). This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Desa Arjasa, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember merupakan kawasan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Terdapat banyak pelaku UMKM yang bergerak di berbagai sektor industri makanan ringan dan kerajinan tangan. Salah satu UMKM yang berada di Desa Arjasa Aneka keripik Aidaa. UMKM ini memiliki potensi yang besar untuk mendukung perekonomian masyarakat Desa Arjasa, baik melalui pemanfaatan sumber daya setempat maupun penyediaan lapangan kerja. Tenaga kerja yang terserap berasal dari masyarakat sekitar didominasi ibu rumah tangga dan pemuda desa. Peningkatan kapasitas produksi UMKM menjadi sangat penting untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha mereka (Pujiyanto et al., 2024)

UMKM Aidaa memiliki dua produk unggulan, yaitu keripik pisang dan keripik usus. Produk Aneka Keripik Aidaa memiliki cita rasanya khas, teksturnya renyah, sehingga sangat digemari oleh konsumen. Proses produksi keripik pada UMKM Aneka Keripik Aidaa belum dilaksanakan setiap hari dan masih mengandalkan peralatan sederhana seperti wajan konvensional dan menggunakan penirisan minyak manual. Minyak Goreng akan mengalami kerusakan selama penggorengan ditandai dengan perubahan warna menjadi kecoklatan, lebih kental, berbusa, berasap serta meninggalkan aroma tengik yang tidak disukai (Herlina et al., 2017). Menurut Hidayati et al. (2025), pemanasan yang berkepanjangan dan paparan suhu tinggi secara signifikan mempengaruhi komposisi kimia dan kualitas sensorik *Red Palm Oil*.

Di samping itu, desain kemasan belum sesuai untuk mendukung kegiatan pemasaran, sehingga produk sulit bersaing dan kurang menarik minat konsumen. Sebagian besar keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh tampilan kemasan serta informasi yang tercantum di dalamnya, yang pada gilirannya menimbulkan daya tarik tersendiri (Pramesti et al., 2024). Selain itu, strategi pemasarannya hanya bertumpu pada permintaan

terbatas dari para *reseller* lokal secara *offline*. Padahal, pemasaran digital merupakan strategi yang efektif dan efisien bagi UMKM untuk meningkatkan volume penjualan dan memungkinkan UMKM untuk mengatasi hambatan geografis, sehingga produk dapat dipasarkan kepada pelanggan yang tersebar di berbagai wilayah (Nisa & Misidawati., 2024). Kendala tersebut berdampak terhadap pendapatan UMKM dan keberlanjutan (*sustainability*) usaha itu sendiri. Kondisi ini berpotensi menghambat pertumbuhan UMKM dan mengurangi kontribusinya terhadap perekonomian desa.

Idealnya UMKM pangan desa tidak hanya mampu menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga memiliki kapasitas produksi yang efisien, kemasan yang kompetitif, serta strategi pemasaran digital yang berkelanjutan. Namun, kondisi UMKM Aneka Keripik Aidaa menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi usaha dan kemampuan pengelolaan usaha. Produksi masih dilakukan semi manual dengan kapasitas terbatas, desain kemasan belum mendukung daya saing produk, serta pemasaran masih bergantung pada jaringan *reseller* lokal secara *offline*.

Semestinya, pemasaran dapat ditingkatkan melalui pengetahuan terkait literasi digital yang mumpuni. Literasi digital menjadi kunci bagi UMKM dapat memanfaatkan media digital, termasuk sosial media, sebagai sarana pengembangan usaha (Susanto, et al., 2022). Setelah seluruh kendala telah diidentifikasi, kegiatan pendampingan terhadap UMKM Aneka Keripik Aidaa memiliki urgensi yang mendesak. Pendampingan tersebut perlu diarahkan pada dua sasaran strategis, yakni *upscaling* produksi (peningkatan skala dan efisiensi produksi) serta perbaikan manajemen pemasaran (optimalisasi strategi digital dan perluasan akses pasar).

Tim pelaksana sebelumnya telah melaksanakan berbagai program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan UMKM melalui beragam strategi pengembangan kapasitas, pendampingan usaha, dan penguatan potensi lokal (Rakhmadevi, et al. 2023; Rakhmadevi, et al. 2024; Fadhila, et al., 2024a; Fadhila, et al. 2024b). Pengalaman tersebut menjadi landasan dalam merancang program pengabdian yang lebih kontekstual dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran. Meskipun memiliki tujuan yang serupa, yaitu meningkatkan kemandirian dan daya saing UMKM, program pengabdian ini menawarkan unsur kebaruan melalui penerapan kombinasi pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD)

dan *Participatory Action Research* (PAR) dalam pengembangan UMKM keripik di wilayah pedesaan Kabupaten Jember.

Pendekatan ABCD digunakan untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan aset lokal yang dimiliki mitra, seperti potensi sumber daya manusia, keterampilan produksi, aset finansial dan jejaring sosial (Astawa et al., 2022). Sementara itu, pendekatan PAR diterapkan melalui keterlibatan aktif mitra dalam proses identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program (Afandi et al., 2022). Kombinasi kedua pendekatan tersebut tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah jangka pendek, tetapi juga mendorong kemandirian dan keberlanjutan usaha melalui peningkatan kapasitas produksi serta penguatan pemasaran digital secara partisipatif.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini memiliki dua tujuan utama. Pertama, meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi melalui penerapan teknologi *deep frying* dan alat *spinner*. Kedua, memperbaiki manajemen pemasaran melalui *redesain* kemasan produk dan pelatihan *digital marketing* berbasis media sosial serta *marketplace*, sehingga jangkauan pasar UMKM dapat meluas melampaui wilayah kecamatan. Dengan demikian, program pendampingan ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan keterampilan mitra, tetapi juga mendorong kemandirian usaha, perluasan jaringan pasar, serta peningkatan pendapatan yang berkelanjutan bagi masyarakat pelaku UMKM di kawasan pedesaan.

METODE

Pendekatan yang digunakan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset-Based Community Development*) yang dipadukan dengan prinsip PAR (*Participatory Action Research*). Pendekatan ABCD dipilih karena berfokus pada pemanfaatan aset dan potensi yang telah dimiliki oleh UMKM Aneka Keripik Aidaa, antara lain ketersediaan bahan baku lokal, tenaga kerja dari masyarakat desa, serta produk yang telah memiliki kualitas rasa yang baik (Setyawan et al., 2022). Prinsip PAR diterapkan dengan melibatkan secara aktif mitra (pemilik dan pekerja UMKM) dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan solusi, pelaksanaan intervensi, hingga evaluasi hasil (Morales, 2016).

Lokasi dan Waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan mulai Juli-Desember 2025 di UMKM Aneka Keripik Aidaa yang beralamat di Desa Arjasa, Kecamatan Arjasa, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Kegiatan Analisis kebutuhan atau survei UMKM dilaksanakan pada tanggal 21 April 2025. Kegiatan Inti dilakukan pada 12 Agustus 2025. Sedangkan, kegiatan evaluasi akhir dilakukan pada tanggal 22 November 2025.

Peserta dan Mitra yang Terlibat

Mitra utama dalam kegiatan pengabdian ini adalah pemilik UMKM Aneka Keripik Aidaa beserta 8 orang pekerja tetap yang terlibat langsung dalam proses produksi dan pemasaran. Selain mitra utama, peserta kegiatan juga meliputi ibu rumah tangga dan pemuda desa disekitar UMKM.

Analisis Kebutuhan Program

Analisis kebutuhan dilakukan melalui dua tahap, yaitu identifikasi awal dan verifikasi lapangan. Identifikasi awal dilakukan wawancara dengan Kepala desa setempat untuk mendapatkan informasi terkait data UMKM di desa Arjasa. Sedangkan, verifikasi lapangan berupa diskusi dengan pemilik dan pekerja UMKM untuk mengidentifikasi kendala UMKM. Selain itu dilakukan survei langsung tempat atau dapur produksi aneka keripik agar mengetahui kondisi nyata dari proses produksi UMKM.

Program kegiatan Inti

Setelah analisis kebutuhan dilakukan diperoleh dua program kegiatan inti meliputi program *upscaling* produksi dan program perbaikan manajemen pemasaran. Pengadaan dan pelatihan penggunaan alat bantu produksi (misalnya: *deep frying* dan alat *spinner*). Program yang kedua berisi pelatihan *digital marketing* meliputi pembuatan konten media sosial (Instagram, Facebook), pengelolaan *marketplace* (Shopee), dan perancangan ulang desain kemasan produk yang informatif dan menarik.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen kuesioner evaluasi yang diberikan sebelum (*pre-test*) dan sesudah (*post-test*) pelatihan kepada peserta, terdiri atas pemilik dan karyawan UMKM Aneka Keripik Aidaa. Kuesioner memuat 10 butir pertanyaan tertutup yang mencakup dua aspek: (1) pemahaman teknik produksi *deep frying*, dan (2) kemampuan penggunaan media sosial (TikTok dan *marketplace*) sebagai media promosi usaha. Setiap

butir pertanyaan diberi skor 1–10, kemudian diakumulasikan dan dirata-ratakan untuk setiap peserta. Data hasil *pre-test* dan *post-test* dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan rata-rata nilai sebelum dan sesudah pelatihan untuk menilai perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Sasaran mitra dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah UMKM Aidaa UMKM ini beralamat di Desa Arjasa Kab. Jember, Jawa Timur dan memproduksi aneka keripik seperti keripik pisang dan keripik usus. Pemilik usaha mempekerjakan empat karyawan yang terdiri dari ibu-ibu tetangga dan anggota keluarga pemilik. Pekerja dan karyawan UMKM Aidaa telah terbiasa mengolah pisang menjadi keripik pisang yang cukup mendapat tempat di pasar sekitar Arjasa hingga Bondowoso, namun terbatas dalam hal kapasitas produksi serta manajemen pemasaran produk yang dihasilkan.

Secara demografi, UMKM ini terdiri dari pekerja berusia produktif hingga usia yang lebih senior. Pekerja usia senior berfokus pada pengolahan bahan hingga menjadi produk keripik pisang dan keripik usus, sedangkan pekerja usia lebih muda membantu dalam proses produksi serta pemasaran utamanya terkait pengemasan dan promosi melalui media social dan *marketplace*. Secara keseluruhan, UMKM ini memiliki semangat yang tinggi untuk meningkatkan pendapatannya serta keterbukaan untuk menerima inovasi dalam proses pengolahan produk serta perbaikan manajemen pemasaran untuk produk mereka. Hal tersebut menjadi modal penting untuk pelaksanaan program pengabdian ini disertai antusiasme dan kolaborasi antar pekerja dapat mempermudah penerapan inovasi dan pengetahuan baru melalui pelatihan.

Kondisi demografis UMKM Aidaa dengan komposisi pekerja lintas usia yang memiliki pembagian peran jelas antara aspek produksi dan pemasaran merupakan modal sosial yang signifikan. Semangat dan keterbukaan mitra terhadap inovasi menciptakan lingkungan yang kondusif bagi penerapan teknologi baru dan strategi pemasaran digital. Hal ini memperkuat argumen bahwa program pengabdian dengan pendekatan ABCD lebih efektif karena bertitik tolak dari kekuatan yang sudah ada, bukan semata-mata pada defisit atau kekurangan mitra (Astawa et al., 2022). Berdasarkan hasil identifikasi potensi dan

kebutuhan mitra tersebut, tim pelaksana merancang kegiatan pelatihan secara partisipatif dan praktis yang dilaksanakan dalam dua tahap, dengan rincian sebagai berikut.

Tahap 1. Pengenalan Teori dan Konsep

1. Pembukaan dan pengenalan materi: kegiatan dibuka oleh ketua tim pelaksana dengan menjelaskan tujuan, manfaat serta tahapan kegiatan yang akan dilakukan.
2. Penyampaian teori inovasi pengolahan keripik pisang dalam rangka peningkatan kapasitas produksi yakni dengan menggunakan metode *deepfrying* serta teori terkait pengemasan dan pemasaran produk. Peserta diberi pemahaman terkait metode penggorengan dan otomasi produksi di skala UMKM, metode pengemasan yang efisien dan menjual, serta pemasaran melalui *marketplace* serta promosi di media sosial.
3. Diskusi dan tanya jawab. Setelah materi teori tersampaikan, beberapa peserta/karyawan diberi kesempatan untuk bertanya untuk memastikan peserta memahami konsep yang telah disampaikan.

Tahap 2. Pelatihan dan Praktik

1. Demonstrasi penggorengan keripik menggunakan metode *deepfrying*. Tim pelaksana memberikan demonstrasi langsung penggunaan mesin penggorengan *deepfry*. Proses tersebut meliputi persiapan bahan dari pisang setengah matang, pengupasan pisang, pengirisan, serta proses 2x penggorengan menggunakan mesin *deepfry*. Proses diakhiri dengan penirisan minyak menggunakan mesin *spinner*. Menggunakan mesin *deep fry* dan alat *spinner* untuk meniriskan dapat meningkatkan kapasitas produksi dengan waktu yang lebih singkat. Menurut Taofik & Atma (2021) penggorengan lemak dalam (*deep frying*) merupakan metode penggorengan yang populer di dunia. Terdapat beberapa reaksi kimia yang terjadi selama proses penggorengan, yaitu oksidasi, hidrolisis, dan polimerisasi. metode ini menghasilkan produk makanan yang memiliki flavor yang dikehendaki dan tekstur yang krispi, serta biaya yang lebih murah.
2. Praktik mandiri oleh peserta. Setelah demonstrasi, peserta diberi kesempatan untuk mempraktekkan sendiri proses pembuatan keripik pisang dengan bimbingan dari tim pelaksana.
3. Pengemasan dan pemasaran dalam *marketplace*. Keripik pisang yang telah jadi kemudian dikemas dengan desain kemasan yang telah dibuat oleh tim pelaksana

Gambar 1. Kemasan keripik kemudian diambil gambar. Selama proses produksi didokumentasikan untuk kemudian dimasukkan menjadi konten media sosial.



Gambar 1. a: Kemasan Sebelum Desain Ulang, b: Kemasan Setelah desain Ulang

Kegiatan program ini dilengkapi dengan praktik langsung oleh peserta. Praktik langsung merupakan cara yang efektif untuk mengajarkan sebuah keterampilan, karena melibatkan peserta secara aktif (Novia, et al., 2023). Setelah kegiatan selesai, dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta serta kualitas hasil produk keripik yang dihasilkan. Evaluasi dilakukan melalui penilaian produk yang dihasilkan dan kuesioner terkait pemahaman teori dan praktik.

Pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan meliputi: pengetahuan terkait proses produksi menggunakan *deepfrying* serta terkait sosial media tiktok, penggunaan video pada sosial media TikTok sebagai media promosi usaha, media promosi usaha lain selain sosial media TikTok, mengetahui cara pembuatan akun sosial media TikTok, cara pengambilan video untuk media promosi usaha, struktur isi dan format video yang sesuai untuk promosi usaha di sosial media TikTok, cara pengeditan video untuk media promosi usaha dengan video editor pada *smartphone* atau komputer, cara mengunggah konten video promosi usaha pada sosial media TikTok, cara menarik perhatian konsumen untuk melihat video promosi dan membeli produk usaha pada sosial media TikTok, Kesan terkait pelatihan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM Aneka Keripik Aidaa.

Evaluasi dilakukan dengan memberikan *pre-test* dan *post-test* dengan jumlah peserta 8 orang terdiri dari karyawan dan pemilik UMKM. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengukur tingkat pemahaman dan perubahan keterampilan peserta (Sari et al., 2021). Terdapat 10 pertanyaan dengan masing-masing soal diberi poin 1-10 kemudian diakumulasikan untuk

semua peserta dan di rata-ratakan. Hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* terhadap delapan peserta menunjukkan peningkatan rata-rata nilai dari 28,57 menjadi 100 (skor maksimal 100). Peningkatan sebesar 71,43 poin ini mengindikasikan bahwa program pelatihan efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, baik dalam aspek teknik produksi *deep frying* maupun penggunaan media sosial untuk promosi usaha. Hasil ini sejalan dengan temuan Novia et al. (2023) yang menyatakan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on*) lebih efektif dalam mentransfer keterampilan dibandingkan metode ceramah semata

Tim pelaksana kemudian melakukan monitoring dan pendampingan kepada peserta selama dua bulan setelah pelatihan untuk memastikan peserta dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh. Pendampingan dilakukan melalui kunjungan langsung atau komunikasi daring untuk memberikan solusi terhadap kendala yang mungkin dihadapi peserta dalam mengaplikasikan teknik pembuatan keripik pisang. Metode pelaksanaan ini diharapkan dapat memberikan keterampilan baru kepada masyarakat dalam memanfaatkan buah pisang menjadi produk bernilai ekonomi tinggi, serta mendorong peningkatan pendapatan melalui inovasi produk lokal yang bernutrisi dan bernilai jual tinggi.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat pada UMKM Aneka Keripik Aidaa berhasil mencapai kedua tujuan utamanya. Dari aspek produksi, penerapan teknologi *deep frying* dan alat *spinner* terbukti meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Dari aspek pemasaran, pelatihan *digital marketing* dan *redesain* kemasan membuka peluang perluasan jangkauan pasar melampaui wilayah kecamatan. Hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* menunjukkan peningkatan rata-rata nilai peserta dari 28,57 menjadi 100, yang mengkonfirmasi efektivitas metode pelatihan berbasis praktik langsung. Program ini memberikan implikasi praktis bahwa kombinasi pendekatan ABCD dan PAR dapat menjadi model replikabel bagi pengembangan UMKM pangan pedesaan yang memiliki keterbatasan serupa. Adapun keterbatasan program ini meliputi durasi pendampingan yang terbatas (tiga bulan pasca-pelatihan), jumlah peserta yang kecil serta belum adanya pengukuran dampak ekonomi jangka panjang terhadap pendapatan UMKM. Untuk program pengabdian selanjutnya, disarankan: (1) pendampingan legalitas usaha (PIRT dan sertifikasi halal) agar akses pasar

lebih luas; (2) penguatan kapasitas manajerial dan pembukuan sederhana; serta (3) evaluasi dampak ekonomi jangka menengah (6–12 bulan pascaprogram) untuk mengukur keberlanjutan hasil pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Laily, N., Wahyudi, N., Umam, M. H., Kambau, R. A., Rahman, S. A., Sudirman, M., Jamilah, Kadir, N. A., Junaid, S., Nur, S., Parmitasari, R. D. A., Nurdianah, Wahid, M., & Wahyudi, J. (2022). *Metodologi pengabdian masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam, Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Nisa, A., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 184-190.
- Astawa, I. P. M., Pugra, I. W., & Suardani, M. (2022). Pemberdayaan masyarakat lanjut usia dengan pendekatan asset-based community development (ABCD) di Dusun Kawan, Desa Bakas, Kabupaten Klungkung. *Bhakti Persada: Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(2), 108–116. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i2.108-116>
- Fadhila, P. T., Brilliantina, A., Sasmita, I. R. A., & Mardiyanto, M. (2024a). Pelatihan pembuatan kerupuk buah naga guna meningkatkan nilai tambah dan umur simpan buah naga di Kabupaten Banyuwangi. *Abdimas Galuh*, 7(1), 142–148.
- Fadhila, P. T., Brilliantina, A., Sasmita, I. R. A., & Mardiyanto, M. (2024b). Implementasi teknologi mesin pengering cepat dalam produksi kerupuk buah naga di Desa Sumbermulyo, Pesanggaran, Banyuwangi. *NaCosVi*, 7.
- Herlina, H., Astriyaningsih, E., Windarti, W. S., & Nurhayati, N. (2017). Tingkat kerusakan minyak kelapa selama penggorengan vakum berulang pada pembuatan ripe banana chips (RBC). *Jurnal Agroteknologi*, 11(02), 186–193.
- Hidayati, S., Rahmawati, A., Suroso, E., Subekti, & Utomo, T. P. (2025). Impact of high-temperature heating on the chemical stability and sensory quality of red palm oil. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung ((Journal of Agricultural Engineering))*, 14(1), 215–225.
- Morales, M. P. E. (2016). Participatory action research (PAR) cum action research (AR) in teacher professional development: A literature review. *International Journal of Research in Education and Science*, 2(1).

- Novia, C., Aida, S., Zahro, D. A., & Lailiyah, A. (2023). PKM pendampingan literasi digital dan optimalisasi digital marketing sebagai media promosi keripik pisang. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 4(3), 286–304. <https://doi.org/10.33650/guyub.v4i3.7068>
- Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., Kirana, A., & Postha, R. (2024). Model penggunaan kombinasi warna pada desain kemasan makanan ringan terhadap minat konsumen. *Jurnal Desain*, 12(1), 156–171. <https://doi.org/10.30998/jd.v12i1.21050>
- Pujyanto, M. A., Kinding, D. P. N., Solekan, M., & Setyorini, F. A. (2024). Penerapan iptek dalam peningkatan kapasitas produksi keripik pisang pada UMKM Safnur di Desa Lengkong, Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara. *Manfaat: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Indonesia*, 1(3).
- Sari, S. A., Putri, T. R., & Ar, M. R. (2021). Effect of dragon fruit juice addition on changes in peroxide numbers and acid numbers of used cooking oil. *Indonesian Journal of Chemical Science and Technology*, 2(2), 136–141. <https://doi.org/10.24114/ijcst.v2i2.15449>
- Setyawan, W. H., Rahayu, B., Muafiqie, H., Ratnaningtyas, M., & Nurhidayah, R. (2022). *Asset-based community development (ABCD)*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952.
- Susanto, Y., Effendi, M., Purwanto, M. B., & Pancasila, I. (2022). Sosialisasi penggunaan literasi digital dalam memasarkan produk UMKM di Desa Semangus, Kecamatan Muara Lakitan, Kabupaten Musi Rawas. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1408–1415. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8612>
- Taofik, M., & Atma, Y. (2021). Perubahan karakteristik fisikokimia minyak selama penggorengan dengan metode deep fat frying: Kajian literatur. *Agrointek*, 15(3), 964–975.