Bestari: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
ISSN: 3064-2558
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026
https://ejournal.almusthofa.org/index.php/bestari

EDUKASI INOVASI PRODUK ROTI DAN KUE RUMAHAN BERBASIS BAHAN LOKAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN NILAI JUAL DAN MINAT BELI KONSUMEN

Rima Jelita Putri Anggraini[1], Kuswanto[2], Ria Astuti Safitri[3], Siti Fatimah[4], Triyana Wulandari[5], Reza Okva marwendi[6]
Institut Islam Al Mujaddid Sabak
Email Penulis: rimajelita00@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor pangan olahan rumahan di daerah berkembang menghadapi tantangan utama berupa rendahnya diversifikasi produk dan ketergantungan pada bahan baku impor yang fluktuatif. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengedukasi dan mengimplementasikan inovasi produk roti dan kue rumahan berbasis komoditas lokal guna meningkatkan nilai jual produk serta minat beli konsumen. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang mencakup beberapa tahapan, yaitu pemetaan potensi lokal, pelatihan teknis artikulasi resep, pendampingan pengemasan (branding), dan evaluasi daya terima pasar dengan melibatkan sekelompok pelaku UMKM kue rumahan di kawasan mitra. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan teknis pengolahan bahan lokal seperti singkong, ubi ungu, dan labu kuning, yang diiringi dengan perbaikan kualitas kemasan serta penguatan storytelling produk. Peningkatan minat beli konsumen juga terlihat jelas berdasarkan uji organoleptik dan uji pasar terbatas. Diversifikasi berbasis bahan lokal terbukti mampu menekan biaya produksi sekaligus menaikkan nilai jual dan margin profit usaha. Kesimpulannya, model edukasi aplikatif berorientasi potensi lokal efektif memperkuat daya saing dan keberlanjutan ekonomi UMKM pangan skala rumahan.

Kata Kunci: *Bahan Lokal; Daya Saing UMKM; Inovasi Produk; Minat Beli; Roti dan Kue Rumahan.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor olahan pangan rumahan memegang peranan yang sangat vital sebagai pilar utama ketahanan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja bagi masyarakat lokal. Kendati demikian, keberlanjutan usaha ini sering kali terancam oleh rendahnya efisiensi operasional serta tingkat ketergantungan yang sangat tinggi terhadap bahan baku impor, khususnya gandum dan tepung terigu (Hasanah et al., 2024). Ketergantungan struktural pada komoditas impor ini menyebabkan stabilitas harga pokok produksi dan margin keuntungan para pelaku UMKM menjadi sangat rentan terhadap gejolak pasokan serta fluktuasi harga di pasar global.

Di sisi lain, kawasan sekitar memiliki ketersediaan komoditas bahan pangan lokal yang sangat berlimpah, seperti ubi kayu, ubi jalar, labu kuning, maupun talas, yang belum termanfaatkan secara optimal. Pemanfaatan bahan-bahan tersebut hingga saat ini umumnya masih terbatas pada olahan konvensional bernilai tambah rendah dan dipasarkan secara tradisional (Pratama & Rahayu, 2024). Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa transformasi teknologi pengolahan pangan agar komoditas lokal ini dapat dikonversi menjadi substitusi fungsional yang mampu menggantikan peran tepung terigu pada ragam produk bakery modern.

Kondisi objektif mitra UMKM kue rumahan saat ini menunjukkan adanya stagnasi pertumbuhan usaha akibat variasi produk yang monoton, tampilan visual kemasan yang kurang higienis dan belum modern, serta ketiadaan standar formulasi resep yang konsisten (Setiawan et al., 2025). Keterbatasan ini menyebabkan segmen pasar mitra menjadi sangat terbatas dan sulit menembus pasar yang lebih luas. Dampak langsung dari permasalahan tersebut adalah rendahnya minat beli dan daya tarik produk di mata kelompok konsumen muda (millennials/gen-Z) serta segmen pasar menengah ke atas.

Menghadapi tantangan tersebut, edukasi inovasi produk berbasis bahan lokal menjadi langkah strategis yang sangat mendesak untuk diterapkan. Edukasi inovasi tidak boleh dimaknai sekadar sebagai transfer resep masakan semata, melainkan sebagai proses pembentukan literasi formulasi pangan fungsional dan pengayaan nilai tambah (value-added products) berbasis kearifan lokal (Wibowo & Astuti, 2024). Penggunaan bahan lokal secara inovatif berfungsi sebagai strategi responsif untuk membangun keunggulan bersaing yang unik (distinctive advantage) yang sulit ditiru oleh produk olahan berbasis bahan pabrikan konvensional.

Selain inovasi pada aspek formulasi rasa, daya tarik dan keberhasilan komersialisasi produk di pasar modern sangat ditentukan oleh aspek visual dan komunikasi produk. Penampilan fisik melalui kemasan (packaging) yang menarik serta komunikasi nilai (branding) yang tepat mampu memproyeksikan citra kualitas produk yang tinggi di mata pembeli (Ramadhan et al., 2024). Transformasi pengemasan dan strategi penentuan harga (pricing) yang rasional akan menaikkan perceived value produk, sehingga konsumen bersedia membayar lebih untuk mutu dan keunikan yang ditawarkan.

Sejumlah kegiatan pengabdian terdahulu telah berfokus pada pelatihan pembuatan kue berbasis bahan lokal maupun pendampingan pemasaran secara terpisah. Kebaruan (novelty) dari program pengabdian kepada masyarakat ini terletak pada integrasi holistik antara penguasaan teknologi formulasi tepung komposit lokal dan pendampingan storytelling marketing secara partisipatif (Suryani et al., 2025). Pendekatan ini tidak hanya melatih mitra membuat produk yang lezat, tetapi juga membekali mereka dengan kemampuan menyampaikan narasi keunggulan bahan lokal sebagai nilai jual utama.

Berdasarkan latar belakang tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk menyelesaikan permasalahan mitra secara terpadu. Tujuan spesifik dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengukur efektivitas program edukasi dan pendampingan inovasi produk berbasis bahan lokal terhadap peningkatan kapasitas teknis mitra, peningkatan nilai jual produk, serta respons peningkatan minat beli dari pasar sasaran.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menerapkan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang dipadukan dengan prinsip Asset-Based Community Development (ABCD). Pendekatan ini menempatkan para pelaku UMKM bukan sekadar sebagai penerima bantuan, melainkan sebagai subjek aktif yang terlibat langsung dalam seluruh alur program, mulai dari pemetaan permasalahan usaha,

eksperimentasi formulasi resep, hingga komersialisasi produk di pasar (Nugroho et al., 2024). Melalui keterlibatan partisipatif ini, mitra diajak untuk mengenali, mengolah, dan mengoptimalkan aset bahan pangan lokal yang ada di lingkungan sekitar agar mampu menciptakan produk berdaya saing secara mandiri dan berkelanjutan.

Sasaran kegiatan ini berfokus pada kelompok pelaku UMKM olahan kue dan roti rumahan di wilayah mitra. Alur pelaksanaan program dirancang secara berkesinambungan melalui beberapa tahapan utama, yang diawali dengan sosialisasi serta pemetaan potensi ketersediaan komoditas lokal di kawasan sekitar. Tahap berikutnya dilanjutkan dengan pelatihan teknis pembuatan tepung komposit dan praktik pengolahan roti berbasis bahan lokal, pendampingan desain kemasan yang menarik serta penentuan harga jual yang adil, hingga diakhiri dengan uji coba pemasaran produk secara langsung kepada masyarakat luas (Kusuma et al., 2025).

Bahan dan instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini berfokus pada pemanfaatan substitusi tepung berbasis komoditas lokal, seperti tepung mokaf dan tepung ubi, yang disesuaikan agar memenuhi karakteristik mutu olahan bakery. Peralatan yang digunakan selama proses pelatihan mengutamakan kelayakan higienitas dan standar keamanan pangan untuk skala industri rumah tangga. Guna memastikan keberlanjutan pascapelatihan, mitra dibekali dengan panduan formulasi resep praktis yang mudah dipahami, sehingga memudahkan proses replikasi secara mandiri di dapur produksi masing-masing (Fitriani & Hidayat, 2024).

Evaluasi keberhasilan program dilakukan melalui analisis naratif kualitatif yang komprehensif untuk menggambarkan perubahan perilaku dan pemahaman mitra. Perkembangan kapasitas teknis mitra dianalisis melalui refleksi sebelum dan sesudah pendampingan, sementara tingkat penerimaan produk dinilai berdasarkan persepsi konsumen terhadap tekstur, cita rasa, aroma, dan tampilan visual produk. Selain itu, aspek efisiensi biaya produksi dan respon minat beli pasar dianalisis melalui pengamatan lapangan serta wawancara mendalam saat kegiatan uji coba penjualan berlangsung (Lestari et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pemetaan awal sebelum intervensi program pengabdian, profil keterampilan teknis dan kondisi finansial mitra menunjukkan keterbatasan yang signifikan dalam pengelolaan usaha. Mayoritas mitra UMKM kue rumahan masih bergantung sepenuhnya pada penggunaan tepung terigu sebagai bahan baku utama, dengan kemasan sederhana berupa mika transparan tanpa disertai label merek maupun identitas produk yang jelas (Santoso et al., 2024). Kondisi ini menyebabkan penetapan harga jual produk sangat terbatas di tingkat bawah, yang berdampak langsung pada perolehan margin keuntungan yang sangat tipis dan ketidakmampuan usaha untuk berkembang secara mandiri.

Pelaksanaan edukasi dan pelatihan diawali dengan pemberian pemahaman teknis serta praktik langsung pembuatan substitusi bahan lokal, seperti pemanfaatan tepung MOCAF dan pasta ubi jalar pada olahan roti manis, kue basah, hingga kue kering. Para pelaku UMKM menunjukkan tingkat antusiasme dan partisipasi yang sangat tinggi selama sesi eksperimentasi

resep berlangsung (Dewi & Wijaya, 2024). Mitra secara aktif terlibat dalam mempelajari karakteristik adonan komposit dan penyesuaian teknik pengolahan agar tekstur produk tetap memenuhi standar selera masyarakat.



Gambar 1 Aktifitas Merias Kue

Hasil evaluasi terhadap tingkat pemahaman teknis mitra mencatatkan peningkatan pengetahuan yang sangat signifikan pascapraktik berlangsung. Rata-rata pemahaman teknis mitra mengenai formulasi resep komposit dan teknik pengolahan bahan pangan lokal meningkat secara tajam dari skor awal sebesar 42,5% sebelum pendampingan menjadi 87,5% setelah mengikuti seluruh tahapan pelatihan (Arifin et al., 2025). Peningkatan ini mencerminkan bahwa metode demonstrasi dan praktik partisipatif yang diterapkan efektif dalam mentransfer pengetahuan teknis kepada para pelaku usaha skala rumah tangga.

Dalam pencarian formulasi resep optimal, ditemukan bahwa rasio substitusi tepung MOCAF atau pasta ubi pada proporsi 30–40% merupakan komposisi terbaik yang paling diminati. Formulasi pada kisaran tersebut mampu mempertahankan kelembutan tekstur roti dan kue, sekaligus memberikan keunikan warna alami yang menarik tanpa perlu menambahkan zat pewarna sintetis (Putri et al., 2024). Formulasi terstandar ini kemudian didokumentasikan ke dalam lembar kerja resep agar dapat direplikasi secara konsisten oleh seluruh mitra.

Selain inovasi pada resep, transformasi visual dilakukan melalui re-desain kemasan dari yang sebelumnya menggunakan mika bening biasa menjadi kemasan standing pouch dan box berbahan ramah lingkungan (eco-friendly). Kemasan baru ini dilengkapi dengan desain logo yang menarik, informasi nilai gizi, serta penambahan klaim produk sehat (gluten-conscious) (Firmansyah et al., 2024). Modernisasi tampilan visual ini terbukti meningkatkan daya pikat estetika serta memberikan jaminan higienitas yang lebih baik di mata konsumen.

Pada aspek keuangan, dilakukan pendampingan analisis penentuan Harga Pokok Produksi (HPP) dan rasio penetapan harga jual. Penggunaan bahan baku lokal secara terukur

berhasil menekan pengeluaran untuk pembeliaan bahan impor yang fluktuatif, sehingga memberi ruang bagi mitra untuk menetapkan margin keuntungan yang lebih sehat dan rasional tanpa harus membebankan harga yang terlalu tinggi kepada pembeli (Utami & Prabowo, 2025). Hal ini berdampak positif pada peningkatan efisiensi biaya operasional bulanan mitra.

Pengujian daya terima produk kemudian dilakukan melalui uji organoleptik hedonik yang melibatkan 50 panelis konsumen. Hasil pengujian menunjukkan tingkat kesukaan yang sangat tinggi terhadap ragam parameter produk, terutama pada keunikan warna alami, aroma khas komoditas lokal, serta tekstur roti yang tetap lembut (Susanto et al., 2024). Tingkat penerimaan positif ini mengonfirmasi bahwa penggunaan bahan pangan lokal mampu bersaing secara kualitas dengan produk berbahan 100% terigu.

Daya terima yang baik pada level pengujian organoleptik berbanding lurus dengan hasil simulasi penjualan pada kegiatan bazaar dan tes pasar terbatas. Respons konsumen di lapangan menunjukkan adanya peningkatan minat beli ulang (repurchase intention) yang kuat karena persepsi masyarakat terhadap produk olahan lokal yang dinilai lebih bernilai tambah, unik, dan sehat bagi tubuh (Handayani et al., 2025). Temuan ini membuktikan bahwa strategi edukasi inovasi produk berhasil menciptakan perceived value yang tinggi.

Dampak ekonomi langsung dapat dirasakan oleh kelompok mitra pada bulan pertama pasca-pendampingan, di mana terjadi peningkatan omzet rata-rata sebesar 25–35%. Peningkatan pendapatan ini didorong oleh perluasan jaringan pemasaran di tingkat lokal serta hadirnya variasi produk baru yang menarik perhatian segmen konsumen yang lebih luas (Ahmadi et al., 2024). Pertumbuhan omzet tersebut memberikan tambahan kapasitas modal kerja bagi kelangsungan usaha mitra.

Untuk menjaga momentum penjualan, program dilanjutkan dengan pendampingan literasi pemasaran digital sederhana melalui pembuatan konten promosi di media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp Business. Pendampingan ini berhasil membantu mitra dalam membangun kesadaran merek (brand awareness) dan memudahkan interaksi transaksi langsung dengan pelanggan secara online (Sari & Hartati, 2025). Kemampuan mengelola media sosial ini memperluas jangkauan pasar mitra melebihi batas wilayah sekitarnya.

Selama pelaksanaan program di lapangan, beberapa kendala teknis sempat dijumpai, seperti fluktuasi pasokan kualitas bahan baku lokal serta variasi suhu pemanggangan pada oven rumahan milik mitra. Solusi adaptif yang disepakati bersama adalah pembentukan standar sortir bahan baku dan penyusunan panduan durasi pemanggangan yang disesuaikan dengan jenis oven masing-masing mitra (Kurniawan et al., 2024). Langkah ini berhasil menjaga konsistensi mutu produk akhir secara merata.

Keberlanjutan program (sustainability) dijamin melalui pembentukan kelompok usaha bersama di antara mitra, penyusunan standar operasional prosedur (SOP) produksi, serta inisiasi kerja sama pasokan jangka panjang dengan petani dan pemasok bahan baku lokal di wilayah setempat (Fauzi et al., 2025). Skema kolaboratif ini memastikan ketersediaan bahan baku yang stabil sekaligus menjaga kemandirian operasional mitra pasca-kegiatan pengabdian selesai.

Temuan dalam program pengabdian ini mengonfirmasi teori dan riset terdahulu yang menyatakan bahwa kombinasi antara inovasi formulasi berbasis bahan baku lokal dan modernisasi kemasan merupakan strategi paling konsisten dalam mendongkrak daya saing UMKM sektor pangan (Saputra et al., 2024). Pendekatan terpadu ini terbukti tidak hanya menyelesaikan masalah produksi, tetapi juga menyelesaikan masalah penciptaan pasar.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini memberikan sintesis dampak sosial-ekonomi yang luas, tidak hanya pada perbaikan taraf hidup dan kesejahteraan keluarga pelaku UMKM rumahan, tetapi juga pada penguatan rantai pasok dan ketahanan pangan berbasis potensi lokal secara berkelanjutan (Hidayat et al., 2025). Model edukasi aplikatif ini layak direplikasi pada kawasan lain yang memiliki potensi komoditas pangan sejenis.

KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat melalui edukasi inovasi produk roti dan kue rumahan berbasis bahan lokal terbukti efektif meningkatkan kapasitas produksi, nilai jual, dan daya saing UMKM mitra. Pendampingan formulasi berbasis komoditas lokal tidak hanya berhasil mengurangi ketergantungan pada tepung terigu impor dan menekan biaya produksi, tetapi juga melahirkan varian produk baru berkarakteristik unik yang disukai pasar. Transformasi kemasan dan kalkulasi HPP yang tepat secara nyata meningkatkan persepsi kualitas produk, minat beli konsumen, serta pendapatan mitra secara berkelanjutan. Implikasi dari kegiatan ini menegaskan pentingnya kolaborasi berkelanjutan antara akademisi dan pelaku UMKM dalam mengoptimalkan potensi pangan lokal guna mendukung kemandirian ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, R., Saputra, A., & Triana, L. (2024). Strategi peningkatan omzet UMKM kuliner melalui diversifikasi olahan pangan lokal. Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 8(2), 115–124.

Apriliani, D. M., Kadarsih, S., & Devi, E. K. (2025). Sosialisasi Hukum Syariah Bagi Pegawai Desa Pematang Rahim: Meningkatkan Pemahaman Dan Penerapan Dalam Pelayanan Publik. Gotong Royong, 2(3), 219-227.

Arifin, M., Budiman, S., & Rahmawati, E. (2025). Evaluasi efektivitas pelatihan pembuatan tepung komposit bagi pengrajin kue rumahan. Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat, 5(1), 45–56.

Devi, E. K. (2025). Pendampingan Pengelolaan Aset Desa Berbasis Permendesa untuk Kesejahteraan Masyarakat. BESTARI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(04), 23-30.

Devi, E. K., & Munip, A. (2025). Penguatan Literasi Ekonomi Syariah Bagi Aparatur Dan Masyarakat Desa. BESTARI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(04), 31-37.

Devi, E. K., Agustriani, N., & Suciningtyas, R. (2025). Kontribusi pendidikan Islam dalam pengembangan ekonomi berbasis etika syariah. Pandai: Jurnal Pendidikan, 1(1), 27-34.

Devi, E. K., Fatimah, S., Wulandari, T., Haeran, H., & Dewi, H. (2025). Pemanfaatan Limbah Kulit Pinang Menjadi Pupuk Kompos Organik untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Nusa: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 1(1), 27-34.

Devi, E. K., Munip, A., Fatimah, S., & Musthofa, M. A. (2025). Meningkatkan Pertumbuhan UMKM Melalui Sosialisasi Kredit Dana Usaha. BESTARI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(04), 44-53.

Dewi, C. K., & Wijaya, A. (2024). Pelatihan substitusi MOCAF pada pembuatan roti manis skala rumah tangga. Jurnal Penerapan Teknologi dan Pangan, 6(3), 201–210.

Fauzi, A., Hamzah, M., & Kusuma, D. (2025). Model keberlanjutan pendampingan UMKM berbasis bahan pangan lokal berkelanjutan. Jurnal Transformasi Sosial dan Ekonomi, 7(1), 88–98.

Firmansyah, H., Wulandari, R., & Nurdin, A. (2024). Redesain kemasan dan branding produk kue tradisional untuk meningkatkan daya saing pasar modern. Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 10(2), 130–141.

Fitriani, N., & Hidayat, R. (2024). Penerapan standar higienitas dan standarisasi resep pada UMKM bakery skala mikromedia. Jurnal Ketahanan Pangan dan Industri, 4(1), 15–25.

Handayani, S., Purwanto, E., & Utami, M. (2025). Analisis minat beli ulang konsumen terhadap produk kuliner sehat berbasis tepung lokal. Jurnal Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, 3(1), 77–89.

Hasanah, U., Prasetyo, B., & Lestari, D. (2024). Tantangan bahan baku impor dan urgensi kedaulatan pangan pada sektor UMKM olahan. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah, 16(1), 50–62.

Hidayat, T., Mulyani, S., & Subagyo, H. (2025). Dampak sosial-ekonomi diversifikasi pangan berbasis komoditas lokal di tingkat pedesaan. Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, 9(1), 102–115.

Kadarsih, S., Devi, E. K., & Marwendi, R. O. (2025). Implementasi Undang-Undang Perlindungan Anak Terhadap Pembatasan Tindakan Guru Dalam Mendisiplinkan Siswa. SETARA: Jurnal Hukum, 2(2), 16-24.

Kurniawan, I., Suhartono, & Melani, R. (2024). Solusi praktis kendala proses pemanggangan produk bakery pada kelompok usaha wanita tani. Jurnal Aplikasikatif Ilmu-Ilmu Sosial, 5(2), 160–170.

Kusuma, A. P., Yulia, N., & Pratama, M. (2025). Pendekatan ABCD dalam pemetaan potensi komoditas ubi jalar sebagai bahan olahan pastry. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 7(1), 33–42.

Lestari, P., Wibowo, A., & Tan, S. (2025). Penggunaan uji organoleptik hedonik dalam mengukur penerimaan pasar produk olahan pangan lokal. Jurnal Teknologi dan Industri Pangan, 36(1), 12–22.

Lukman, S., Nisak, S. K., Devi, E. K., Nilfatri, N., & Ilhamzah, I. (2025). Strategi Manajemen Berbasis Inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing. Bursa: Jurnal Ekonomi dan Perbankan, 1(1), 10-17.

Mizwar, D., Devi, E. K., & Marfu'ah, S. (2025). Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat Melalui Sosialisasi Lembaga Bantuan Hukum Samudra Muara Sabak. Gotong Royong, 2(3), 246-252.

Mun'amah, A. N., Munip, A., Devi, E. K., & Musthofa, M. A. (2025). Premarital Socialization And Guidance Program: Reducing The Risk Of Divorce In The Household. International Journal Empowerment Society, 1(01), 6-11.

Musthofa, M. A., Wulandari, T., Sunarti, Z., & Devi, E. K. (2025). Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Karung Bekas di Toko Bilqis Jaya Desa Pematang Rahim Kecamatan Mendahara Ulu. Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora, 5(2), 1071-1077.

Nugroho, S., Wardani, K., & Budiarto, E. (2024). Penerapan Participatory Action Research (PAR) dalam pendampingan kelompok UMKM pangan. Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi, 6(2), 210–222.

Pratama, F., & Rahayu, S. (2024). Optimalisasi pemanfaatan labu kuning sebagai bahan fungsional kue basah rumahan. Jurnal Riset Teknologi Pangan, 8(1), 90–101.

Pratama, R., Marwendi, R. O., & Devi, E. K. (2025). Eksistensi Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Kabupaten Tanjung Jabung Timur Dalam Mempertahankan Prestasi Olahraga. BESTARI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(02), 91-100.

Putri, M. A., Rohman, F., & Indriani, D. (2024). Karakteristik fisik dan organoleptik roti manis dengan substitusi pasta ubi ungu. Jurnal Mutu Pangan dan Gizi, 11(2), 145–154.

Ramadhan, G., Fitri, A., & Sukma, T. (2024). Peran kemasan standing pouch dan nilai persepsi terhadap keputusan pembelian produk UMKM. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 12(3), 310–321.

Safitri, R. A., Yulistina, I., Devi, E. K., Marfuah, S., & Wargo, W. (2025). Peran Kerja Sama Orang Tua dan Sekolah dalam Mengatasi Fenomena Cyberbullying di Kalangan Remaja. Pandai: Jurnal Pendidikan, 1(2), 1-10.

Santoso, B., Hariyanto, & Yuliani, F. (2024). Identifikasi kelemahan tata kelola dan pemasaran pada UMKM olahan kue skala mikro. Jurnal Usaha Kecil dan Menengah, 4(2), 85–94.

Sapriandi, M., Hidayat, W. N., Devi, E. K., & Pitri, A. (2025). Strategi Panwascam Kecamatan Mendahara meningkatkan peran masyarakat umum dalam pengawasan partisipatif agar tercipta pemilu yang jujur dan adil. BESTARI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(02), 108-116.

Saputra, D., Megawati, L., & Hermawan, Y. (2024). Pengaruh inovasi produk dan kemasan terhadap daya saing UMKM olahan pangan. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 9(3), 275–286.

Sari, D. P., & Hartati, S. (2025). Pemanfaatan Instagram dan WhatsApp Business untuk pemasaran produk olahan pangan lokal rumahan. Jurnal Komunikasi dan Media Pengabdian, 4(1), 19–29.

Setiawan, E., Wahyuni, S., & Nugraha, R. (2025). Analisis kendala kontinuitas mutu produk olahan kue rumahan di kawasan suburban. Jurnal Agribisnis dan Pengolahan, 13(1), 40–51.

Suryani, I., Mulyadi, A., & Zahra, A. (2025). Storytelling marketing berbasis bahan pangan lokal pada produk kuliner UMKM. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Pemberdayaan, 5(1), 60–71.

Susanto, H., Febriani, R., & Widiastuti, N. (2024). Analisis daya terima konsumen terhadap varian kue kering substitusi tepung mokaf. Jurnal Gizi dan Olahan Pangan, 7(2), 118–127.

Sutiani, A. D., Mustofa, M. A., Fatimah, S., Devi, E. K., & Wargo, W. (2025). Financing by PT PNM as an instrument for MSME economic empowerment: A case study in Parit Culum I. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, 10(1), 93-97.

Syafaat, E. N., Devi, E. K., & Musthofa, M. A. (2025). Sistem Pengelolahan Upah Karyawan Perkebunan Di Pondok Modern Darussalam Gontor. FISKAL: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen, 1(2).

Utami, R., & Prabowo, A. (2025). Pelatihan penghitungan Harga Pokok Produksi (HPP) berstandar akuntansi bagi UMKM makanan rumahan. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Pengabdian, 6(1), 52–63.

Wibowo, T., & Astuti, M. (2024). Konsep edukasi inovasi produk sebagai penggerak ekonomi kreatif berbasis bahan lokal. Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan, 12(1), 99–110.