

Inovasi Berkelanjutan Produk Olahan Kecambah sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat

Nurul Myristica Indraswari¹, Didik Subiyanto², Yhoga Heru Pratama³, Tri Ratna Purnamarini⁴, Auliya Rosiana⁵, Pristin Prima Sari⁶, Mohammad Ahyar Syafwan Lysander⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Indonesia

Received : 30 Juni 2026, Revised : 9 Juli 2026, Published : 15 Juli 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Nurul Myristica Indraswari

E-mail: n.myristica@ustjogja.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah yang siap dikonsumsi, pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital, serta sertifikat berproduk halal. Permasalahan yang dialami adalah kurangnya minat masyarakat terhadap inovasi dalam membuat produk olahan dan minimnya pemahaman masyarakat dalam memasarkan produk menggunakan media sosial, terkhususnya masyarakat Dusun Priyan, Kabupaten Bantul. Untuk hal itu, program ini difokuskan pada pengetahuan dan wawasan tentang strategi pemasaran dan pemanfaatan teknologi dalam memasarkan suatu produk. Salah satu strategi kunci untuk mewujudkannya adalah melalui hilirisasi produk pertanian. Dengan hilirisasi, harapannya dapat memperpanjang rantai nilai. Kecambah merupakan salah satu jenis sayuran yang sangat mudah ditemui dan makanan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia, dari segala penjuru kalangan. Selain itu, limbah kulit kecambah dapat dimanfaatkan menjadi suatu produk yang lebih bermanfaat bagi masyarakat dan bernilai ekonomis tinggi. Metode pelaksanaan meliputi tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi yang melibatkan sebanyak 10 peserta yang merupakan warga Padukuhan Priyan RT 03, 04, dan 05. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas masyarakat. Kegiatan ini berkontribusi pada kolaborasi strategis untuk peningkatan nilai tambah dan potensi pasar dalam ekonomi digital dalam hal pemanfaatan kecambah untuk pembuatan peyek kecambah dan dawet kecambah.

Kata kunci – hilirisasi produk pertanian, kecambah, produk olahan, pemasaran digital

Abstract

This community service program aims to provide socialization on processing agricultural products into value-added consumable goods, the utilization of social media as a digital marketing strategy, and halal product certification. The main problems encountered include the lack of public interest in innovating processed products and the limited understanding of marketing through social media, particularly among the residents of Dusun Priyan, Bantul Regency. Accordingly, the program focuses on enhancing knowledge and insights into marketing strategies and the use of technology in product promotion. One key strategy to achieve this is through agricultural product downstreaming, which is expected to extend the value chain. Sprouts are one of the most common vegetables widely consumed across Indonesian society. Furthermore, sprout husks can be utilized to create products of higher value and economic potential. The implementation method consists of preparation, execution, and evaluation stages, involving 10 participants who were residents of Padukuhan Priyan, villages 03, 04, and 05. The results indicate an increase in community knowledge, skills, and creativity. This program contributes to strategic collaboration for enhancing value-added potential and market opportunities in the digital economy, particularly through the utilization of sprouts in producing sprout crackers and sprout-based traditional beverages.

Keywords – agricultural product downstreaming, sprouts, processed products, digital marketing

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

How To Cite : Indraswari, N. M., Subiyanto, D., Pratama, Y. H., Purnamarini, T. R., Rosiana, A., Sari, P. P., & Lysander, M. A. S. (2026). Inovasi Berkelanjutan Produk Olahan Kecambah sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(4), 5916 - 5923. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1543>

Copyright ©2026 Nurul Myristica Indraswari, Didik Subiyanto, Yhoga Heru Pratama, Tri Ratna Purnamarini, Auliya Rosiana, Pristin Prima Sari, Mohammad Ahyar Syafwan Lysander

PENDAHULUAN

Dusun Priyan telah dikenal sebagai pusat penghasil kecambah terkemuka di Kabupaten Bantul. Keberhasilan dusun ini tidak terlepas dari keahlian dan dedikasi para pengrajin lokal yang telah mengembangkan teknik budidaya kecambah secara tradisional dan berkelanjutan. Dengan memadukan pengetahuan turun-temurun dan inovasi modern, mereka mampu memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat, baik di tingkat lokal maupun nasional. Keberadaan Dusun Priyan sebagai pusat penghasil kecambah juga berkontribusi pada perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kecambah adalah tanaman muda yang tumbuh dari biji yang telah melalui proses perkecambahan. Produksi kecambah telah berkembang menjadi sektor penting dalam industri pertanian sebab permintaan yang terus meningkat. Proses produksi kecambah melibatkan penanaman biji-bijian yang kemudian direndam, disemai, dan dipelihara dalam kondisi optimal hingga tumbuh menjadi kecambah. Teknologi dan metode budidaya yang terus berkembang memungkinkan produksi kecambah secara efisien dan konsisten, baik untuk konsumsi lokal maupun pasar nasional. Dengan penekanan pada keberlanjutan dan teknik pertanian yang ramah lingkungan, industri kecambah tidak hanya memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, tetapi juga berkontribusi pada pengelolaan sumber daya yang lebih baik dan pengurangan jejak karbon dalam produksi pangan (Ariviani et al., 2021; Widiyaningrum et al., 2017).

Meskipun kecambah sudah dikenal dan dikonsumsi secara luas, masih terdapat beberapa tantangan dalam hal penyimpanan, pengolahan, dan variasi produk. Kecambah segar memiliki masa simpan yang relatif pendek dan rentan terhadap kontaminasi bakteri jika tidak ditangani dengan baik. Inovasi olahan kecambah dapat membantu mengatasi tantangan ini melalui pengembangan produk-produk yang lebih tahan lama, higienis, dan praktis untuk dikonsumsi. Sutoni dan Masrofah (2018) dalam (Sutoni & Randany, 2021) menyatakan bahwa dalam inovasi sebuah produk makanan dibutuhkan beberapa hal penting, di antaranya adalah (1) permodalan; (2) ketersediaan bahan baku; (3) inovasi produk yang sehat dan higienis; (4) inovasi rasa; (5) tampilan bentuk potongan atau bentuk irisan; (6) kemasan yang menarik; (7) promosi; (8) sistem penjualan; dan (9) manajemen usaha.

Inovasi dalam olahan kecambah memiliki potensi besar untuk meningkatkan nilai tambah dari produk ini dan memenuhi kebutuhan konsumen akan produk makanan yang sehat, praktis, dan bernutrisi tinggi (N. P. Sari et al., 2022; Tobing & Aini, 2022). Inovasi adalah sebuah tuntutan dalam segala bidang di masa sekarang ini, tak terkecuali berinovasi dalam sebuah produk olahan (Pratama et al., 2024). Salah satu inovasi yang bernilai tinggi adalah olahan kecambah. Hasil budidaya kecambah di antaranya diolah menjadi keripik kecambah, es dawet kecambah. Upaya ini tidak hanya memanfaatkan hasil budidaya kecambah, tetapi juga diharapkan mampu mendorong terbentuknya usaha ekonomi produktif masyarakat. Pengembangan produk olahan kecambah yang inovatif dapat memperpanjang masa simpan, meningkatkan keamanan pangan, serta memberikan variasi pilihan bagi konsumen yang semakin sadar akan pentingnya pola makan sehat. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa produk berbasis kecambah memiliki kandungan fitonurien, antioksidan, dan serat yang tinggi, serta berpotensi mengurangi risiko penyakit kronis (Maqbool et al., 2024). Selain itu, pemanfaatan tepung kecambah dalam produk pangan seperti keripik dan minuman tradisional terbukti meningkatkan nilai gizi, daya simpan, dan penerimaan konsumen (Akoijam et al., 2026). Dengan demikian, inovasi olahan kecambah tidak hanya memperkuat ketahanan pangan lokal, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas dalam ekonomi digital dan gaya hidup sehat.

Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat adalah warga Padukuhan Priyan, Kabupaten Bantul, yang sebagian besar memiliki usaha kecil dan menengah. Namun, mereka menghadapi hambatan berupa keterbatasan pemahaman terhadap strategi pemasaran digital serta kurangnya ide dalam menciptakan inovasi produk berbasis kecambah. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi berupa motivasi, pendampingan, dan pemberdayaan masyarakat agar mampu mengoptimalkan potensi ekonomi lokal melalui hilirisasi produk pertanian. Program pengabdian ini bertujuan untuk

meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas warga dalam mengembangkan produk olahan kecambah sekaligus memperkuat strategi pemasaran digital sesuai peluang usaha yang menjanjikan di masa depan. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa digitalisasi bisnis merupakan strategi penting dalam pengembangan usaha lokal, termasuk pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran yang efektif (Ayem, Lada, et al., 2024; Ayem, Wahidah, et al., 2024). Selain itu, pendampingan dalam manajemen biaya dan promosi digital terbukti mampu meningkatkan daya saing usaha kecil (P. P. Sari et al., 2023). Dengan demikian, kegiatan pengabdian di Padukuhan Priyan diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis inovasi produk dan pemasaran digital yang berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara bertahap. Tahap pertama yaitu persiapan. Pada tahap ini, pengabdian melakukan koordinasi internal guna menentukan tahapan-tahapan proses pengabdian masyarakat. Selanjutnya, pengabdian berkoordinasi dengan mitra untuk mengenal dan memahami permasalahan dan kebutuhan di lapangan, serta menetapkan jadwal pelaksanaan kegiatan, meliputi penentuan hari dan waktu. Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka pada tanggal 8 Agustus 2024 yang bertempat di Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) Tunas Harapan. Adapun peserta pengabdian masyarakat ini berjumlah 10 yang merupakan warga Padukuhan Priyan RT 03, 04, dan 05.

Tahapan berikutnya adalah pelaksanaan, kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan pembukaan oleh Ketua Padepokan. Sebelum masuk pemaparan materi, pengabdian melakukan wawancara dengan para peserta untuk mengukur sejauh mana pemahaman peserta terhadap inovasi berkelanjutan pada produk olahan kecambah, strategi pemasaran digital, dan pembuatan sertifikat produk halal. Pengabdian dalam penyampaian materi dilaksanakan melalui ceramah yang berlangsung selama 1,5 jam dan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab untuk memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang belum jelas dan pemahaman yang diketahuinya dari pengetahuan yang telah diberikan.

Tahapan terakhir adalah evaluasi yang berisi kesimpulan tim pengabdian tentang manfaat kegiatan yang telah dilaksanakan, dan peserta dapat memberikan masukan untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan dan langkah perbaikan yang dapat ditempuh apabila hendak mengadakan kegiatan serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pertama pengabdian diawali dengan perencanaan dan koordinasi. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi internal guna menentukan tahapan-tahapan proses abdi masyarakat. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan wawancara untuk mengumpulkan informasi mengenai inovasi kecambah menjadi produk olahan. Dari hasil wawancara diketahui bahwa masalah utamanya adalah kurangnya pengetahuan dan kesadaran warga Padukuhan Priyan mengenai optimalisasi penggunaan kecambah dan limbah kecambah menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

Tahapan kedua dari kegiatan ini adalah pelaksanaan program pengabdian masyarakat, yang diawali dengan pemberian pelatihan pembuatan produk olahan berbahan dasar kecambah kepada peserta, bertujuan untuk menghilirisasi bahan baku kecambah menjadi produk pangan bernilai jual tinggi berupa peyek dan dawet, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, di mana panel kiri memperlihatkan proses praktik langsung pengolahan bahan oleh peserta yang tampak menyiapkan berbagai bahan baku dan adonan di lantai ruangan, panel tengah menunjukkan sesi pemaparan materi oleh tim pengabdian melalui tayangan proyektor yang disimak oleh peserta di dalam ruangan, dan panel kanan menggambarkan suasana penyampaian materi secara berkelompok dengan tampilan layar proyektor berisi ilustrasi produk olahan serta spanduk kegiatan yang terpasang sebagai identitas program, sehingga secara keseluruhan ketiga dokumentasi tersebut merepresentasikan rangkaian kegiatan pelatihan mulai dari pemaparan materi hingga praktik pembuatan produk olahan berbahan dasar kecambah oleh tim pengabdian.



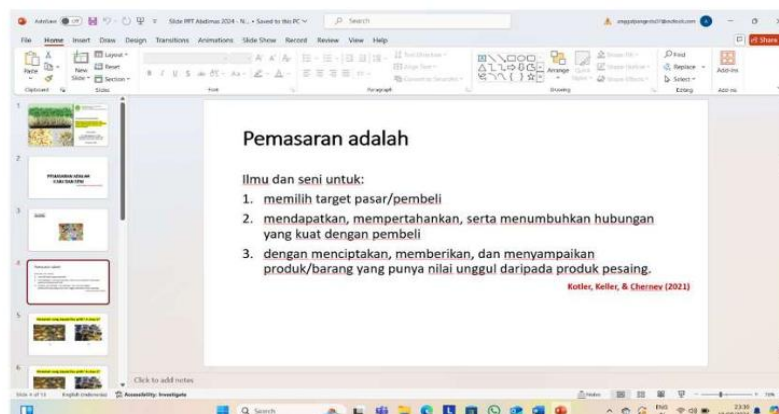
Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Produk Olahan dari Bahan Dasar Kecambah

Kemudian, setelah pelatihan pembuatan produk olahan kecambah, dilanjutkan dengan pemaparan materi mengenai transformasi ekonomi melalui hilirisasi produk pertanian. Tujuannya agar peserta lebih paham bahwa hilirisasi pertanian memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat yang lebih luas bagi perekonomian nasional. Pada bagian ini juga, pemateri menjelaskan bahwa strategi kunci untuk mewujudkan hal ini adalah melalui hilirisasi produk pertanian, yaitu proses pengolahan hasil-hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah yang siap dikonsumsi atau digunakan. Bagian ini juga menjelaskan optimalisasi penggunaan kecambah dan limbah kecambah menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi, seperti pada Gambar 2.



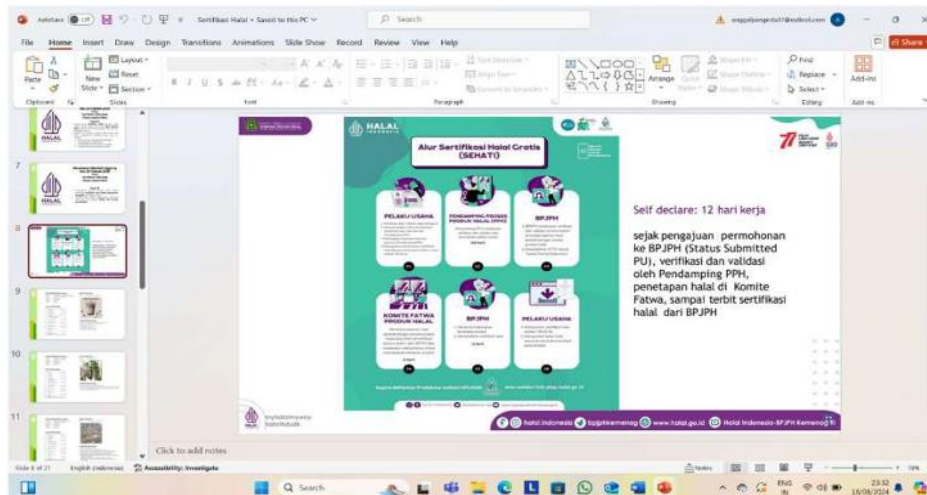
Gambar 2. Penyampaian Materi Hilirisasi Produk Pertanian

Selanjutnya, berupa penjelasan mengenai memasarkan kecambah dengan cara kreatif, yaitu menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) untuk meningkatkan daya tarik dan keunikan produk. Tujuannya adalah memberikan gambaran kepada peserta tentang cara memasarkan kecambah secara kreatif agar daya tariknya kembali meningkat, terangkum pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian Materi Pemasaran Digital

Terakhir, penjelasan mengenai sertifikat berproduk halal. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman bahwa manfaat dari sertifikat berproduk halal yaitu untuk memberikan jaminan kualitas dan kehalalan produk. Pada bagian ini, pemateri juga menjelaskan berbagai bahan dan proses pembuatan produk yang sudah sesuai dengan standar dan kriteria halal yang ditentukan, sehingga produk tersebut terjamin halal, terlihat pada Gambar 4. Metode penyampaian materi disajikan dalam bentuk *slide powerpoint* yang komunikatif dan interaktif disertai dengan gambar-gambar pendukung. Selain itu, pemateri juga menekankan unsur berbagi pengalaman mengenai topik yang dibahas.



Gambar 4. Penyampaian Materi Sertifikat Berproduk Halal

Setelah penyampaian materi kepada para peserta, akan dilakukan diskusi interaktif, di mana beberapa peserta aktif mengajukan pertanyaan serta mencari solusi atas permasalahan yang dibahas, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 5. Peserta sangat antusias mengikuti sosialisasi ini karena di akhir sesi penyampaian materi, beberapa peserta mengajukan pertanyaan mengenai materi yang disampaikan. Setelah pemberian materi selesai, pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Ketua Padukuhan yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk melakukan pengabdian masyarakat, lalu menutup sosialisasi dengan berdoa.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan wawasan peserta terhadap hilirisasi produk pertanian, strategi pemasaran digital, dan pembuatan sertifikat berproduk halal. Pemberian pengetahuan ini mampu meningkatkan minat berwirausaha, kepercayaan diri, dan motivasi untuk mengembangkan usaha berbasis kecambah. Semakin tinggi pengetahuan, pelatihan, dan motivasi individu mengenai pengolahan produk pertanian, semakin tinggi pula minatnya untuk berwirausaha.

Tahapan akhir adalah evaluasi akhir kegiatan pengabdian masyarakat. Untuk mengukur terjadinya peningkatan, pengabdian menggunakan wawancara terstruktur yang dilakukan pada dua waktu, yaitu sebelum kegiatan berlangsung dan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang sama pada kedua waktu tersebut agar hasilnya dapat dibandingkan secara konsisten. Wawancara dilakukan terhadap 10 peserta masyarakat Dusun Priyan yang mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, dengan kriteria informan meliputi peserta aktif yang terlibat langsung dalam proses pengolahan dan pemasaran produk berbasis kecambah, baik yang berperan sebagai pengelola produksi maupun sebagai pemasar produk. Wawancara awal digunakan untuk menggali sejauh mana pemahaman, keterampilan, dan motivasi peserta dalam mengolah serta memasarkan produk berbasis kecambah sebelum menerima pendampingan, sedangkan wawancara akhir dilakukan untuk melihat perubahan yang terjadi setelah peserta mengikuti seluruh tahapan kegiatan. Perbandingan jawaban dari kedua wawancara tersebut menjadi dasar untuk menilai peningkatan secara kualitatif, yang diperkuat dengan pengamatan langsung terhadap praktik pengolahan dan pengemasan produk oleh peserta. Wawancara akhir mengungkapkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi peserta dalam mengolah serta memasarkan produk berbasis kecambah, termasuk pemahaman tentang hilirisasi, pemasaran kreatif melalui bauran pemasaran, dan pentingnya sertifikasi halal sebagai jaminan kualitas produk. Peningkatan ini terlihat

jelas dari jawaban peserta yang menjadi lebih rinci, aplikatif, dan berbasis pengalaman langsung dibandingkan saat wawancara awal, serta dari kemampuan mereka menjelaskan strategi pemasaran dan pentingnya sertifikasi halal yang sebelumnya belum dipahami. Peserta kegiatan memberikan apresiasi atas terselenggaranya kegiatan ini dan berharap program serupa dapat dilaksanakan secara berkala, sehingga masyarakat semakin siap menghadapi tantangan ekonomi digital dengan produk olahan yang inovatif, berdaya saing, dan bernilai tambah.



Gambar 5. Sesi Diskusi Interaktif

Dari sisi motivasi dan sikap, peserta lebih terbuka terhadap inovasi, memiliki keterampilan dasar dalam pengolahan produk, dan termotivasi untuk mengembangkan usaha berbasis kecabah dengan dukungan teknologi digital. Hasil kegiatan ini sejalan dengan temuan (Purnamarini & Maulida, 2023) di mana motivasi terbukti berpengaruh terhadap berwirausaha, sehingga dapat memperkuat keberlanjutan usaha masyarakat. Selain itu, pentingnya penguatan *brand* dan kepercayaan diri dalam mendukung wirausaha (terkhusus perempuan) agar lebih mandiri dan berdaya saing (Purnamarini et al., 2026) sehingga tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dalam pengolahan dan pemasaran produk kecabah, tetapi juga memberikan dampak sosial-ekonomi yang lebih luas lagi bagi kesejahteraan masyarakat Padukuhan Priyan.

Tabel 1. Hasil Perbandingan Wawancara

No.	Jenis Pengetahuan	Wawancara Awal	Wawancara Akhir
1	Pengetahuan tentang hilirisasi produk pertanian	Minim pemahaman, belum mengenal konsep hilirisasi.	Memahami hilirisasi sebagai strategi memperpanjang rantai nilai dan meningkatkan manfaat ekonomi.
2	Pemanfaatan kecabah dan limbah kecabah	Menganggap kecabah hanya sebagai sayuran konsumsi, limbah tidak dimanfaatkan.	Menyadari kecabah dapat diolah menjadi peyek dan dawet kecabah, serta limbah kulit kecabah bernilai ekonomis.
3	Strategi pemanfaatan produk	Belum mengenal bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>), minim pemahaman media sosial.	Memahami <i>marketing mix</i> dan mulai melihat media sosial sebagai sarana pemasaran kreatif dan efektif.
4	Kesadaran terhadap sertifikat halal	Belum mengetahui manfaat sertifikat halal bagi produk olahan.	Memahami sertifikat halal sebagai jaminan kualitas dan kepercayaan konsumen.
5	Keterampilan praktis	Belum memiliki keterampilan mengolah kecabah menjadi produk olahan.	Memiliki keterampilan dasar setelah pelatihan, mampu membuat produk olahan sederhana.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Dusun Priyan menunjukkan bahwa hilirisasi produk pertanian, khususnya pemanfaatan kecabah dan limbah kecabah, mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi masyarakat. Melalui tahapan perencanaan, sosialisasi, dan penyuluhan, warga memperoleh peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta kesadaran akan pentingnya inovasi dalam pengolahan hasil pertanian. Penerapan strategi pemasaran kreatif dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) serta pemanfaatan media sosial terbukti memperluas wawasan masyarakat mengenai cara meningkatkan daya tarik produk olahan. Selain itu, penjelasan mengenai sertifikat halal memberikan pemahaman baru bahwa jaminan kualitas dan kehalalan produk memperkuat faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat daya saing di pasar digital. Dengan demikian, tujuan kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas masyarakat dalam mengolah serta memasarkan produk pertanian telah tercapai, sekaligus mendorong transformasi ekonomi berbasis hilirisasi.

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar masyarakat Dusun Priyan terus mengembangkan inovasi produk olahan berbasis kecabah dengan memperhatikan aspek berkelanjutan dan keunikan produk. Pemanfaatan media sosial perlu ditingkatkan secara konsisten sebagai sarana promosi yang efektif, sehingga produk lokal dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, penting bagi masyarakat untuk segera mengurus sertifikat halal agar produk yang dihasilkan memiliki legitimasi dan daya saing yang lebih tinggi. Ke depan, kegiatan serupa dapat diperluas dengan melibatkan mitra seperti perguruan tinggi, lembaga sertifikasi, dan pelaku usaha, sehingga tercipta ekosistem kolaboratif yang mendukung hilirisasi produk pertanian dan penguatan ekonomi digital di tingkat lokal maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Akoijam, R., Bhutia, D., & Jena, S. (2026). *Sustainable Food Technology sprouted paheli dal fl our*. 1083–1098. <https://doi.org/10.1039/d5fb00622h>
- Ariviani, S., Sholihin, N. H., & Nastiti, G. P. (2021). Pengembangan Tepung Kecambah Kacang Tunggak (*Vigna unguiculata*) Sebagai Sereal Fungsional Kaya Serat Pangan Dan Berpotensi Antioksidan. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 14(2), 84–95. <https://doi.org/10.20961/jthp.v14i2.53422>
- Ayem, S., Lada, S., Wahidah, U., Pratama, Y. H., Supatman, S., & Kharisma, E. D. (2024). Pelatihan Pembuatan Model Business Canvas (BMC) dan Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Media Pemasaran pada. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3), 508–518.
- Ayem, S., Wahidah, U., Lada, S., Cahyaning, E. K., Indraswari, N. M., & Abinowo, A. C. (2024). Digitalisasi Bisnis Sebagai Strategi Pengembangan Usaha pada Pengrajin Kain Tenun Melalui Implementasi Konsep Tri-N di. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 188–195.
- Maqbool, Z., Khalid, W., Anosha, M., Maliha, K., & Khan, K. A. (2024). *Cereal sprout-based food products : Industrial application , novel extraction , consumer acceptance , antioxidant potential , sensory evaluation , and health perspective*. November 2023, 707–721. <https://doi.org/10.1002/fsn3.3830>
- Pratama, O. S., Permini, N. L. P. E., Sumartana, I. M., Ariana, I. G. A. B., & Sari, N. K. A. D. P. (2024). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Karang Abian Dalam Inovasi Produk Olahan Jamur Tiram Di Desa Penatih Dangin Puri. *Abdimas Indonesia*, 1(2), 26–32. <https://dmi-journals.org/jai/article/view/226>
- Purnamarini, T. R., Indraswari, N. M., & Rosiana, A. (2026). Peningkatan Kepercayaan Diri dan Penguatan Branding untuk Pemberdayaan Wirausaha Perempuan Anggota Dharma Wanita. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 11(1), 239–248.
- Purnamarini, T. R., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Motivasi Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamanasiswa. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 66–75.
- Sari, N. P., Hendarso, Y., & Taqwa, R. (2022). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar Sari Dalam Pemanfaatan Lahan Pekarangan Rumah (Studi Di Kelurahan Pulokerto Kota Palembang). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 8(1), 135–146.
- Sari, P. P., Indraswari, N. M., Susetyo, A. E., Iswandari, S. S., & Wulandari, L. A. (2023). Assistance with cost management and digital promotion for the "Fatih" photocopy business. *Community Empowerment*, 8(10), 1533–1540.

- Sutoni, A., & Randany, M. R. (2021). Pendampingan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Kualitas Produk di Desa Rancagoong, Kecamatan Cilaku, Kabupaten Cianjur. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 127–134. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/991/781>
- Tobing, D. S. K., & Aini, H. (2022). Meningkatkan Manajemen Pemasaran , Brand Image. *Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1).
- Widiyaningrum, P., Mustikaningtyas, D., & Priyono, B. (2017). Evaluasi Sifat Fisik Nata De Coco Dengan Ekstrak Kecambah Sebagai Sumber Nitrogen. *Jurnal Biology Science and Education*, 234–239.