BHINNEKA PUBLISHING

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BHINNEKA
Volume 5, No. 1, Tahun 2026
https://bhinnekapublishing.com/ojsbp/index.php/Jpmb

***e-ISSN** : 2963-3753*

Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Coklat sebagai Produk Olahan Bernilai Ekonomi UMKM di Desa Cihuni Pagedangan Kabupaten Tangerang, Banten

Sukriyadin Zebua[1], Shinka Novira[2], Rahmawati[3], Fatima Ibrahim[4], Lucrisnia Shelamita[5], Nabilah Faujiah[6], Wasfa Kamilah[7], Neng Putri Diana[8], Siti Khodijah[9], Kholifatun Nisa[10], Lutfhi[11]
[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11] *Institut Nida El-Adabi, Bogor Parung Panjang, Indonesia*

Received : 13 September 2026, Revised : 28 September 2026, Published : 05 Oktober 2026

Corresponding Author
Nama Penulis: Sukriyadin Zebua
E-mail: sukriyadinzebua14@gmail.com

Abstrak

Pengembangan usaha mikro di masyarakat dapat dilakukan melalui pemanfaatan minat dan keterampilan untuk menghasilkan produk olahan bernilai ekonomi. Di Desa Cihuni, beberapa pelaku UMKM telah menjalankan usaha makanan ringan berupa keripik, namun belum terdapat produk keripik pisang. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengolah pisang menjadi keripik pisang coklat serta memperkenalkan pengemasan dan branding sederhana sebagai dasar pengembangan usaha mikro. Metode yang digunakan adalah Asset Based Community Development (ABCD) melalui tahapan Discovery, Dream, Design, Define, dan Destiny. Kegiatan dilaksanakan pada 6 September 2026 di Desa Cihuni, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, dengan melibatkan 25 peserta yang terdiri dari ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan masyarakat sekitar. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi dan praktik langsung pembuatan hingga pengemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengikuti proses pembuatan dengan baik dan berhasil menghasilkan 40 pouch keripik pisang coklat bermerek UP BANANA. Peserta memberikan respons positif terhadap rasa produk dan menunjukkan ketertarikan untuk menjadikannya sebagai camilan maupun mengembangkannya sebagai usaha. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan, pengemasan, dan branding dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan keterampilan serta mendorong minat masyarakat mengembangkan usaha mikro berbasis potensi lokal.
***Kata kunci** - Asset Based Community Development, keripik pisang, pemberdayaan masyarakat, UP BANANA, usaha mikro*

Abstract

Microenterprise development in local communities can be promoted by utilizing existing interests and skills to produce processed products with economic value. In Cihuni Village, several micro, small, and medium enterprises (MSMEs) have been engaged in producing snack foods, particularly chips; however, banana chips were not yet among their products. This community service activity aimed to improve participants' skills in processing bananas into chocolate-coated banana chips and to introduce basic packaging and branding as an initial step toward microenterprise development. The method employed was Asset-Based Community Development (ABCD), implemented through the stages of Discovery, Dream, Design, Define, and Destiny. The activity was conducted on September 6, 2026, in Cihuni Village, Pagedangan District, Tangerang Regency, involving 25 participants consisting of members of the Family Welfare Empowerment group (PKK), MSME operators, and local residents. The activity included instructional sessions and hands-on practice in product preparation and packaging. The results showed that participants were able to follow the production process effectively, resulting in 40 pouches of chocolate banana chips under the brand name UP BANANA. Participants responded positively to the

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

product's taste, and several expressed interest in producing it as a snack or developing it as a business. The activity demonstrates that training in product processing, packaging, and branding can serve as an initial step in improving community skills and encouraging the development of microenterprises based on local potential.
Keywords *- Asset Based Community Development, banana chips, community empowerment, micro-enterprise, UP BANANA*

How To Cite : *Zebua, S., Novira, S., Rahmawati, R., Ibrahim, F., Shelamita, L., Faujiah, N., Kamilah, W., Diana, N. P., Khodijah, S., Nisa, K., & Lutfi, L. (2026). Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Coklat sebagai Produk Olahan Bernilai Ekonomi UMKM di Desa Cihuni Pagedangan Kabupaten Tangerang, Banten . Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka, 5(1), 821 - 832. https://doi.org/10.58266/jpmb.v5i1.1795*
Copyright *©2026 Sukriyadin Zebua, Shinka Novira, Rahmawati Rahmawati, Fatima Ibrahim, Lucrisnia Shelamita, Nabilah Faujiah, Wasfa Kamilah, Neng Putri Diana, Siti Khodijah, Kholifatun Nisa, Lutfhi Lutfhi*

PENDAHULUAN

Usaha mikro merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang dapat dikembangkan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan menciptakan peluang usaha secara mandiri. Pengembangan usaha mikro tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan modal, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam mengolah produk, melakukan inovasi, membangun identitas produk, dan menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah. Menurut Kwartono dalam zahra (2022), UMKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang dijalankan dalam skala usaha tertentu dan dapat dilihat berdasarkan besarnya kekayaan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa UMKM pada dasarnya merupakan kegiatan ekonomi masyarakat yang dijalankan dengan sumber daya dan skala usaha yang relatif terbatas, tetapi memiliki fungsi dalam menggerakkan aktivitas ekonomi masyarakat. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, peningkatan keterampilan melalui pelatihan praktis menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat kemampuan masyarakat dalam mengembangkan kegiatan ekonomi produktif. Ramadhan, Ramadhani, dan Rambe (2025) menjelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkaitan dengan aktivitas produksi dan perdagangan, tetapi juga memiliki kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan UMKM perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas usaha, inovasi produk, serta pemanfaatan potensi ekonomi lokal agar mampu memberikan nilai tambah yang lebih besar. Nissa, Nurkomaria, dan Apriliza (2025), berpendapat bahwa UMKM merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian karena mampu menyediakan lapangan pekerjaan dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. UMKM juga memiliki keterkaitan yang erat dengan aktivitas ekonomi lokal sehingga pengembangannya dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Wati et al. (2024), UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha dengan karakteristik jumlah tenaga kerja, skala usaha, dan omzet yang relatif kecil serta umumnya dikembangkan dengan modal yang terbatas. Meskipun demikian, keterbatasan tersebut tidak mengurangi peran UMKM dalam perekonomian karena sektor ini mampu menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi terhadap aktivitas ekonomi masyarakat. Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan UMKM untuk meningkatkan nilai tambah komoditas lokal. Utami et al. (2025) menunjukkan bahwa diversifikasi olahan pisang melalui pelatihan dapat memberikan keterampilan baru kepada masyarakat sekaligus membuka peluang pengembangan usaha rumah tangga. Diversifikasi tersebut memungkinkan bahan baku lokal tidak hanya dipasarkan dalam bentuk produk yang sudah umum, tetapi dikembangkan menjadi produk inovatif dengan peluang pasar yang lebih beragam. olanda dan Hasanah (2024) memandang UMKM sebagai salah satu sektor yang memiliki peran signifikan dalam pengembangan ekonomi Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkaitan dengan aktivitas produksi dan perdagangan, tetapi juga dengan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan potensi ekonomi di lingkungannya. Oleh karena itu, penguatan UMKM perlu dilakukan melalui peningkatan akses terhadap modal, kemampuan produksi, pemasaran, dan distribusi produk.

Yusuf, Seftiana, dan Lidyah (2022) menempatkan UMKM sebagai salah satu sendi perekonomian Indonesia karena sektor ini memiliki kemampuan untuk mempertahankan aktivitas ekonomi masyarakat dalam berbagai kondisi. UMKM juga berperan dalam menciptakan kegiatan

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

produksi, perdagangan, dan pendapatan masyarakat. Oleh sebab itu, pengembangan UMKM menjadi bagian penting dalam memperkuat perekonomian masyarakat, khususnya melalui peningkatan kapasitas usaha dan pemanfaatan teknologi. Parhusip et al. (2026) menjelaskan bahwa diversifikasi produk olahan merupakan salah satu pendekatan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk lokal. Pengembangan bahan baku menjadi berbagai produk olahan memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menciptakan variasi produk sekaligus meningkatkan nilai ekonomi komoditas yang tersedia di masyarakat. Pengembangan produk olahan UMKM perlu dilakukan secara terpadu dengan memperhatikan kualitas produk, pengemasan, pemasaran, dan penetapan harga. Putalan et al. (2026) menunjukkan bahwa pelatihan optimalisasi produk yang dipadukan dengan pemasaran digital dan analisis harga pokok produksi dapat meningkatkan pemahaman serta keterampilan pelaku UMKM. Pendekatan tersebut berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah, daya saing, dan keberlanjutan usaha.

Nilai ekonomi produk olahan dapat dilihat dari kemampuan proses pengolahan dalam meningkatkan nilai jual bahan baku. Rizky et al. (2024) menunjukkan bahwa pengolahan bahan baku menjadi produk siap konsumsi dapat menghasilkan nilai tambah yang tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa proses diversifikasi dan pengolahan produk dapat menjadi strategi ekonomi bagi UMKM untuk meningkatkan nilai komoditas lokal. Diversifikasi produk dapat menjadi strategi untuk mengoptimalkan potensi usaha yang telah berjalan. Jumiati et al. (2025) menunjukkan bahwa pengembangan produk melalui diversifikasi dapat diarahkan untuk meningkatkan nilai tambah dan pendapatan kelompok usaha. Dengan demikian, UMKM tidak hanya bergantung pada satu bentuk produk, tetapi dapat mengembangkan berbagai produk turunan sesuai dengan kebutuhan dan peluang pasar. Pengembangan produk olahan bernilai ekonomi perlu diawali dengan kemampuan UMKM dalam menangani bahan baku secara tepat serta memahami peluang diversifikasi. Apriyanditra et al. (2026) menekankan pentingnya edukasi mengenai penanganan pascapanen dan strategi diversifikasi produk berbasis bahan baku lokal sebagai bagian dari penguatan kapasitas UMKM pangan.

Pengolahan bahan pangan menjadi produk turunan merupakan salah satu bentuk pengembangan nilai tambah yang dapat dilakukan dalam skala rumah tangga. Keripik pisang, misalnya, dapat dikembangkan melalui inovasi rasa, bentuk, pengemasan, dan identitas produk sehingga tidak hanya berfungsi sebagai makanan olahan, tetapi juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk usaha. Zulkarnain, Dunggio, dan Asraka (2022) menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan pengolahan keripik pisang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengolah pisang menjadi produk bernilai tambah, termasuk melalui inovasi bentuk, rasa, dan kemasan. Produk olahan memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai ekonomi bahan baku lokal yang sebelumnya hanya dipasarkan dalam bentuk mentah. Nur et al. (2024) menjelaskan bahwa pengembangan produk olahan melalui pendampingan UMKM dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan sumber daya lokal menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan peluang ekonomi yang lebih besar.

Pengembangan keripik pisang sebagai produk usaha juga telah dilakukan melalui berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat. (Handayani et al., 2021) melaksanakan pemberdayaan kelompok PKK melalui pelatihan pembuatan keripik pisang aneka rasa yang disertai dengan pelatihan pemasaran, pembukuan sederhana, serta pendampingan dalam penentuan nama produk dan pembuatan label kemasan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengembangan produk olahan pisang dapat diarahkan tidak hanya pada keterampilan produksi, tetapi juga pada aspek kewirausahaan dan identitas produk. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan dan pengemasan produk berbahan pisang dapat meningkatkan keterampilan masyarakat serta mendorong pengembangan usaha berbasis produk olahan pisang (Daryanto & Murwanti, 2024). Inovasi produk menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha keripik pisang. Wulandari et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan inovasi dan pendampingan dapat meningkatkan kreativitas pelaku UMKM dalam mengembangkan produk keripik pisang. Dengan demikian, kegiatan pelatihan dapat diarahkan tidak hanya pada keterampilan membuat produk, tetapi juga pada kemampuan menciptakan variasi dan keunggulan produk agar mampu berkembang sebagai produk unggulan masyarakat. Selain kualitas produk, identitas visual dan kemasan merupakan bagian penting dalam pengembangan produk UMKM. Susanti dan Purwanto (2023) menunjukkan bahwa pendampingan mengenai logo dan kemasan dapat membantu pelaku UMKM memahami pentingnya identitas produk dalam mendukung kegiatan

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

pemasaran. Oleh sebab itu, pengembangan keripik pisang coklat perlu disertai dengan kemasan yang informatif dan menarik agar produk memiliki identitas serta daya tarik yang lebih kuat bagi konsumen.

Pelatihan pembuatan keripik pisang coklat merupakan salah satu bentuk pengembangan keterampilan masyarakat dalam mengolah potensi pangan lokal menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi. Hartoyo, Koswara, dan Sulassih (2019) menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan keripik pisang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, khususnya dalam pemilihan bahan baku serta inovasi bentuk dan cita rasa produk. Pengembangan varian rasa menjadi penting karena dapat meningkatkan keragaman dan daya tarik produk di pasar. Sejalan dengan hal tersebut, Yuliana, Milyati, dan Oktarina (2025) menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan keripik pisang yang dilengkapi dengan praktik pengemasan, branding, dan pemasaran dapat mendorong masyarakat menghasilkan produk dengan berbagai inovasi rasa. Secara khusus, Fadjria dan Claudia Wardani (2026) menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan keripik pisang coklat dapat meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan potensi pisang lokal, yang dilakukan melalui demonstrasi produksi serta pendampingan branding dan pengemasan. Dari aspek ekonomi, Fiana, Raihan, dan Santosa (2024) menemukan bahwa pengolahan pisang menjadi keripik mampu menghasilkan nilai tambah yang signifikan, sehingga produk olahan pisang memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai usaha UMKM. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan keripik pisang coklat tidak hanya diarahkan pada penguasaan teknik produksi, tetapi juga pada inovasi produk, pengemasan, branding, dan pemasaran sehingga dapat meningkatkan nilai tambah komoditas lokal sekaligus membuka peluang pengembangan usaha mikro masyarakat

Meskipun berbagai kegiatan sebelumnya telah menunjukkan manfaat pelatihan pengolahan keripik pisang, terdapat kesenjangan yang masih dapat dikembangkan dalam kegiatan pengabdian di Desa Cihuni, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Berdasarkan pengamatan awal kelompok KKN Institut Nida El Adabi, masyarakat sasaran yang terdiri atas ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan masyarakat setempat memiliki peluang untuk mengembangkan keterampilan pengolahan pangan sebagai alternatif kegiatan usaha, tetapi belum terdapat kegiatan yang secara khusus memperkenalkan proses pembuatan keripik pisang dengan inovasi rasa coklat sekaligus memberikan pengalaman praktik pengolahan dan pengemasan dalam satu kegiatan. Kesenjangan tersebut menjadi dasar dilaksanakannya kegiatan pengabdian yang tidak hanya memberikan pengetahuan secara teoritis, tetapi juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan secara langsung proses pembuatan produk hingga menghasilkan produk siap kemas.

Pelatihan pembuatan keripik pisang dapat menjadi sarana peningkatan keterampilan masyarakat sekaligus mendorong terbentuknya kegiatan usaha berbasis potensi lokal. Yudianto et al. (2026) menunjukkan bahwa pelatihan yang mencakup pengolahan pisang, pengemasan, dan pemasaran dasar mampu meningkatkan keterampilan peserta serta mendorong terbentuknya kelompok usaha berbasis produk keripik pisang. Pengolahan pisang menjadi produk keripik merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan nilai ekonomi komoditas lokal. Fiana et al. (2024) menemukan bahwa pengolahan pisang menjadi keripik pada UMKM menghasilkan nilai tambah sebesar Rp25.587 per kilogram bahan baku dengan rasio nilai tambah mencapai 121,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa diversifikasi pisang menjadi produk olahan memiliki prospek untuk dikembangkan sebagai kegiatan usaha bernilai ekonomi. Yuliana et al. (2025) menegaskan bahwa peningkatan nilai tambah produk keripik pisang dapat dilakukan melalui pelatihan yang mengintegrasikan keterampilan produksi dengan inovasi rasa, pengemasan, branding, dan pemasaran. Pendekatan tersebut memungkinkan masyarakat tidak hanya menghasilkan produk olahan pisang, tetapi juga mengembangkan produk dengan karakteristik yang lebih beragam dan memiliki peluang pemasaran yang lebih luas.

Kegiatan ini memiliki kebaruan pada pengembangan produk keripik pisang coklat dengan identitas produk UP BANANA, yang menggabungkan proses pengolahan, inovasi rasa, pengemasan, dan pengenalan sederhana mengenai pemasaran dalam satu kegiatan pelatihan berbasis praktik. Berbeda dengan kegiatan sebelumnya yang sebagian berfokus pada diversifikasi rasa, peningkatan nilai tambah, atau pendampingan usaha yang telah berjalan, kegiatan di Desa Cihuni diarahkan pada pengenalan keterampilan produksi dan pengemasan kepada masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan sehingga peserta memperoleh pengalaman langsung dalam menghasilkan produk. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menjadi langkah awal bagi masyarakat untuk mengembangkan produk olahan yang dapat diproduksi secara mandiri. Pengembangan produk keripik pisang juga perlu memperhatikan aspek desain kemasan karena kemasan menjadi salah satu elemen yang berhadapan

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

langsung dengan konsumen. Andivas et al. (2023) menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan dapat membantu pelaku UMKM mengembangkan tampilan produk yang lebih menarik dan kompetitif. Dengan demikian, inovasi keripik pisang coklat sebaiknya tidak berhenti pada pengembangan cita rasa, tetapi juga mencakup desain kemasan dan identitas produk. Raditya et al. (2024) menjelaskan bahwa pengolahan keripik pisang dapat dikembangkan sebagai kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan keterampilan produksi, branding, dan pemasaran. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan produk UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kemampuan membangun identitas dan strategi pemasaran yang mendukung keberlanjutan usaha.

Pelatihan dilaksanakan pada 6 September 2026 di Posko KKN Desa Cihuni dengan melibatkan 25 peserta yang terdiri atas ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan masyarakat setempat. Kegiatan menghasilkan 40 pouch keripik pisang coklat UP BANANA dan memperoleh respons positif dari peserta. Beberapa peserta juga menunjukkan ketertarikan untuk mencoba memproduksi dan menjual produk tersebut dari rumah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dapat menjadi salah satu bentuk pengenalan peluang usaha melalui peningkatan keterampilan pengolahan dan pengemasan produk pangan. Berdasarkan latar belakang, kesenjangan, dan kajian penelitian terdahulu tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Cihuni dalam mengolah pisang menjadi keripik pisang coklat, meningkatkan kemampuan peserta dalam melakukan pengemasan dan pemberian identitas produk, serta mengenalkan potensi pengembangan produk UP BANANA sebagai salah satu alternatif peluang usaha mikro yang dapat dikembangkan secara mandiri oleh masyarakat.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD), yaitu pendekatan pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada identifikasi, pengembangan, dan pemanfaatan aset yang telah dimiliki oleh masyarakat sebagai dasar dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan. Pendekatan ABCD menempatkan masyarakat sebagai bagian aktif dalam proses pengembangan, bukan hanya sebagai penerima manfaat. endekatan Asset-Based Community Development (ABCD) dilaksanakan melalui lima tahapan utama, yaitu Discovery (mengidentifikasi aset dan potensi), Dream (merumuskan harapan bersama), Design (merancang program), Define (menetapkan bentuk aksi), dan Destiny (mewujudkan serta menjaga keberlanjutan program) (Jariah et al., 2024).

1. Sasaran dan Lokasi Kegiatan

   Sasaran kegiatan adalah masyarakat Desa Cihuni, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, yang terdiri atas ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan masyarakat setempat. Kegiatan dilaksanakan pada Minggu, 6 September 2026 pukul 09.00–12.00 WIB di Posko KKN Desa Cihuni dengan jumlah peserta sebanyak 25 orang. Dalam pendekatan ABCD, aset yang dikembangkan dalam kegiatan ini tidak berfokus pada ketersediaan bahan baku pisang di Desa Cihuni, melainkan pada aset manusia dan sosial masyarakat, seperti keberadaan ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, minat masyarakat untuk memperoleh keterampilan baru, serta dukungan Ketua RT dan masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan.
2. Tahapan Pelaksanaan

   Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan ABCD sebagai berikut.

   a. *Discovery* (Identifikasi Aset)

      Tahap *discovery* merupakan tahap untuk mengenali aset dan kekuatan yang telah dimiliki masyarakat. Identifikasi dilakukan melalui koordinasi dan pengamatan awal terhadap lingkungan masyarakat Desa Cihuni. Aset yang ditemukan berupa keberadaan ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, serta masyarakat yang memiliki minat untuk memperoleh keterampilan pengolahan produk. Selain itu, terdapat aset sosial berupa dukungan Ketua RT dan kelompok PKK dalam membantu menginformasikan kegiatan kepada masyarakat. Kelompok KKN juga memiliki narasumber yang memiliki pengalaman dalam pelatihan pembuatan keripik pisang sehingga dapat mendukung proses transfer pengetahuan kepada peserta.

   b. *Dream* (Menggali Harapan)

      Tahap *dream* dilakukan dengan mengarahkan aset yang telah ditemukan pada harapan dan peluang yang dapat dikembangkan oleh masyarakat. Dalam kegiatan ini, harapan

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

yang diarahkan adalah adanya keterampilan praktis yang dapat diterapkan masyarakat untuk menghasilkan produk olahan yang sederhana dan memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai kegiatan usaha. Berdasarkan hal tersebut, kelompok KKN mengembangkan gagasan pelatihan pembuatan Keripik Pisang Coklat sebagai produk olahan yang memiliki variasi rasa dan dapat dikemas secara sederhana.

c. *Design* (Perancangan Kegiatan)

Tahap *design* merupakan proses merancang kegiatan berdasarkan aset dan harapan yang telah diidentifikasi. Kelompok KKN melakukan koordinasi dengan pihak desa, Ketua RT, dan ibu-ibu PKK serta mempersiapkan bahan, alat, narasumber, tempat, dan kebutuhan pelatihan. Produk dirancang dengan menggunakan merek UP BANANA, dikemas menggunakan pouch kecil, dan dilengkapi stiker sebagai identitas produk. Rancangan kegiatan juga dibuat dalam bentuk pelatihan praktik agar peserta dapat terlibat secara langsung dalam setiap tahapan pembuatan produk.

d. *Define* (Menentukan Fokus Kegiatan)

Tahap *define* dilakukan dengan menentukan fokus dan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Kegiatan difokuskan pada Pelatihan Pembuatan Dan Pengemasan Keripik Pisang Coklat. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh ketua kelompok KKN, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh narasumber yang memiliki pengalaman dalam pelatihan pembuatan keripik pisang. Setelah penyampaian materi, peserta melakukan praktik secara langsung dengan didampingi oleh narasumber dan anggota kelompok KKN. Tahapan pembuatan produk meliputi pemilihan dan pengupasan pisang, pengirisan, penggorengan, pembuatan campuran coklat dan gula halus, pencampuran keripik dengan coklat, kemudian pengemasan ke dalam pouch dan pemberian stiker UP BANANA.

e. *Destiny* (Pelaksanaan dan Keberlanjutan)

Tahap *destiny* merupakan tahap pelaksanaan kegiatan serta melihat peluang keberlanjutan dari aset dan keterampilan yang telah dikembangkan. Peserta terlibat langsung dalam praktik pembuatan keripik pisang coklat hingga pengemasan produk. Kegiatan menghasilkan sebanyak 40 kemasan produk UP BANANA yang kemudian dapat dibawa pulang oleh peserta sebagai hasil praktik. Berdasarkan pengamatan selama kegiatan dan wawancara, peserta menunjukkan respons positif terhadap produk yang dihasilkan. Beberapa peserta juga menunjukkan ketertarikan untuk mencoba membuat dan menjual produk tersebut secara mandiri. Dengan demikian, keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan dapat menjadi salah satu alternatif yang berpotensi dikembangkan oleh masyarakat sebagai kegiatan usaha.

3. Teknik Pengumpulan Data

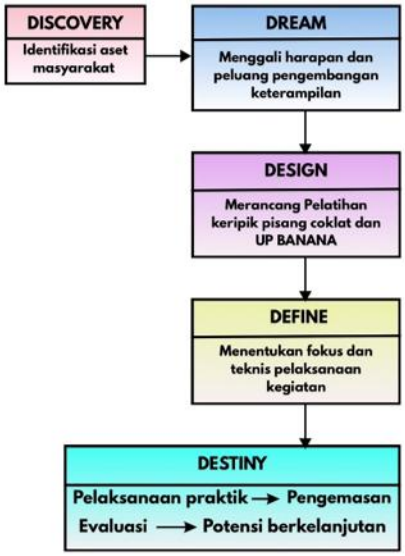
Data dalam kegiatan pengabdian diperoleh melalui Observasi, Wawancara, Dokumentasi, Dan Daftar Hadir Peserta. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk melihat keterlibatan dan partisipasi peserta dalam proses penyampaian materi dan praktik. Wawancara dilakukan kepada peserta dan direkam dalam bentuk video untuk memperoleh tanggapan mengenai kegiatan dan produk yang dihasilkan. Dokumentasi berupa foto dan video digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan, sedangkan daftar hadir digunakan untuk mengetahui jumlah peserta yang mengikuti kegiatan. Jenis data yang diperoleh berupa data Kualitatif dan data pendukung Deskriptif sederhana. Data kualitatif berupa hasil pengamatan terhadap partisipasi peserta dan tanggapan hasil wawancara, sedangkan data pendukung berupa jumlah peserta dan jumlah produk yang dihasilkan.

4. Analisis dan Evaluasi Keberhasilan Program

Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan menguraikan proses pelaksanaan dan hasil kegiatan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Efektivitas kegiatan dilihat berdasarkan beberapa indikator, yaitu kehadiran peserta, keterlibatan peserta dalam praktik, kemampuan peserta mengikuti proses pembuatan produk, jumlah produk yang dihasilkan, serta tanggapan dan minat peserta terhadap produk yang telah dibuat. Kegiatan ini tidak menggunakan kuesioner, pre-test, maupun post-test. Oleh karena itu, keberhasilan program tidak diukur berdasarkan perubahan skor pengetahuan, tetapi berdasarkan keterlibatan peserta selama kegiatan, hasil praktik, tanggapan peserta, dan potensi keberlanjutan keterampilan setelah pelatihan.

5. Alur Pelaksanaan Metode ABCD

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



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Potensi dan Kondisi Masyarakat *(Discovery)*

Kegiatan pelatihan pembuatan keripik pisang coklat dilaksanakan di Desa Cihuni, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha mikro. Berdasarkan hasil pengamatan awal, ibu-ibu di Desa Cihuni cukup aktif dalam kegiatan masyarakat dan terdapat beberapa pelaku UMKM yang telah menjalankan usaha makanan ringan, termasuk produk keripik. Namun, berdasarkan hasil pengamatan dan komunikasi awal, belum terdapat produk keripik pisang yang dikembangkan oleh masyarakat. Selain itu, masyarakat menunjukkan ketertarikan terhadap kegiatan yang berkaitan dengan UMKM dan usaha rumahan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya aset masyarakat berupa keterlibatan sosial, pengalaman dalam kegiatan UMKM, serta minat untuk mengembangkan usaha. Pemanfaatan minat dan keterampilan masyarakat melalui pengolahan produk berbahan dasar pisang dapat menjadi salah satu bentuk pemberdayaan untuk meningkatkan nilai tambah produk dan membuka peluang pengembangan usaha (Ginting et al., 2024). Kondisi tersebut kemudian menjadi dasar bagi kelompok KKN untuk mengembangkan kegiatan pelatihan yang tidak hanya memberikan keterampilan pengolahan makanan, tetapi juga memperkenalkan bentuk produk yang dapat dikembangkan sebagai usaha sederhana. "Sebelumnya sudah ada usaha keripik, seperti keripik singkong, tetapi belum ada keripik pisang." Bu Haji Hae Salah Satu Peserta kegiatan

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki pengalaman dalam usaha keripik dan cukup terbuka terhadap pengembangan produk baru. Hal ini menjadi salah satu dasar dilaksanakannya pelatihan keripik pisang coklat.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Kripik Pisang

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

Perencanaan dan Pengembangan Ide Produk (Dream dan Design)

Berdasarkan kondisi masyarakat tersebut, muncul gagasan untuk mengembangkan keripik pisang sebagai salah satu variasi produk makanan ringan yang dapat dibuat secara sederhana. Gagasan tersebut kemudian dibahas dan disepakati bersama oleh anggota KKN, ibu-ibu, dan RT setempat untuk dijadikan sebagai kegiatan pelatihan. Pemilihan keripik pisang juga didasarkan pada adanya minat masyarakat terhadap kegiatan usaha sehingga produk yang dibuat diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif usaha rumahan. Produk yang dikembangkan dalam kegiatan ini adalah keripik pisang dengan varian rasa coklat. Pemilihan rasa coklat dilakukan untuk memberikan variasi baru pada produk keripik dan menyesuaikan dengan selera peserta. Pengembangan keripik pisang dalam berbagai varian rasa dapat menjadi salah satu bentuk diversifikasi produk olahan yang memberikan pilihan baru bagi masyarakat dan dapat mendukung pengembangan produk usaha (Tiffany et al., 2025).

Setelah dilakukan diskusi bersama masyarakat, disepakati untuk mengembangkan keripik pisang dengan varian rasa coklat sebagai variasi produk baru. Pemilihan varian tersebut juga didasarkan pada ketertarikan peserta terhadap rasa yang lebih menarik dan mudah diterima. "Keripik pisang dipilih karena ingin membuat variasi baru, terutama rasa coklat yang lebih menarik," ujar RT Deden. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemilihan keripik pisang coklat didasarkan pada keinginan masyarakat untuk mencoba variasi produk baru yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai usaha.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Kripik Pisang

Pelaksanaan Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Coklat (Define)

Pelatihan pembuatan keripik pisang coklat dilaksanakan pada Minggu, 6 September 2026 pukul 09.00–12.00 WIB di posko KKN dan diikuti oleh 25 peserta yang terdiri dari ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan masyarakat sekitar. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh kelompok KKN dan dilanjutkan dengan penjelasan mengenai proses pembuatan keripik pisang coklat oleh narasumber. Setelah penjelasan, peserta mengikuti praktik secara langsung dengan didampingi oleh narasumber dan anggota KKN. Proses pembuatan dimulai dari pemilihan pisang, pengupasan, pengirisan, dan penggorengan. Setelah keripik matang, coklat dilelehkan dan dicampurkan dengan gula halus, kemudian keripik pisang dicampurkan dengan bahan tersebut. Produk yang telah selesai kemudian dimasukkan ke dalam pouch kecil dan diberikan stiker merek UP BANANA.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui praktik secara langsung agar peserta dapat mengikuti setiap tahapan pembuatan. Kegiatan pelatihan pengolahan keripik pisang dengan praktik langsung juga dilakukan dalam pemberdayaan ibu-ibu PKK dan mencakup tahapan pengolahan hingga pengemasan produk (Milyati & Oktarina, 2025) Sebagian produk dalam kegiatan ini dibuat oleh ibu-ibu peserta dan sebagian lainnya dibuat oleh anggota KKN. Seluruh produk yang dibuat berhasil dan menghasilkan sebanyak 40 pouch keripik pisang coklat.

Kegiatan pelatihan pembuatan keripik pisang coklat dilaksanakan pada 6 September 2026 pukul 09.00–12.00 WIB di Desa Cihuni dengan melibatkan 25 peserta yang terdiri dari ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan masyarakat sekitar. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi oleh narasumber, kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung mulai dari proses pengolahan pisang hingga pencampuran coklat dan pengemasan produk. Seluruh peserta mengikuti kegiatan dengan baik dan seluruh produk berhasil dibuat. Dari kegiatan tersebut dihasilkan sebanyak 40 pouch keripik pisang coklat dengan merek UP BANANA.

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



Gambar 4. Foto Bersama Ibu PKK, UMKM, dan Masyarakat setempat

Respons Masyarakat terhadap Produk (Destiny)

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya respons positif dari peserta terhadap produk yang dihasilkan. Beberapa peserta menyampaikan bahwa keripik pisang coklat memiliki rasa yang enak dan manis. Selain itu, terdapat peserta yang menyampaikan keinginan untuk mencoba membuat produk tersebut di rumah sebagai camilan. Beberapa peserta lainnya juga menunjukkan ketertarikan untuk membuat produk tersebut sebagai salah satu alternatif usaha dan menjualnya. Respons peserta menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan tidak hanya memberikan pengalaman dalam proses produksi, tetapi juga menumbuhkan ketertarikan masyarakat untuk mencoba menerapkan keterampilan yang diperoleh setelah kegiatan. Kegiatan pemberdayaan melalui pelatihan pengolahan produk pisang dapat menjadi sarana untuk meningkatkan keterampilan masyarakat sekaligus mendorong munculnya peluang pengembangan usaha (Ginting et al., 2024)

Setelah mengikuti proses pelatihan, peserta memberikan respons positif terhadap produk keripik pisang coklat yang telah dibuat. Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara dengan beberapa peserta yang menyampaikan pendapat mengenai rasa produk serta ketertarikan untuk mencoba membuatnya kembali di rumah. "Rasanya enak dan manis," ujar Umi Haji Dian. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan dapat diterima dengan baik oleh peserta. Selain itu, beberapa peserta juga menyampaikan ketertarikan untuk membuat keripik pisang coklat di rumah sebagai camilan maupun mengembangkannya sebagai produk yang dapat dijual.



Gambar 5. Pemberian Sample Bagi Peserta Pelatihan

Pengembangan Kemasan dan Nilai Ekonomi Produk

Pengembangan produk dalam kegiatan ini tidak hanya dilakukan pada aspek rasa, tetapi juga

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

pada aspek pengemasan dan identitas produk. Keripik pisang coklat dikemas menggunakan pouch berukuran kecil yang dipilih karena praktis dan ekonomis untuk produk yang akan dikembangkan sebagai usaha. Penggunaan stiker dengan merek UP BANANA juga menjadi bagian dari pengenalan identitas produk agar produk lebih mudah dikenali. Pengemasan dan branding menjadi bagian penting dalam pengembangan produk UMKM karena tampilan kemasan dan identitas produk dapat membantu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Pelatihan branding dan desain kemasan pada produk keripik pisang menunjukkan bahwa perhatian terhadap identitas visual dan kemasan dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM (Genadi et al., 2024). Selain itu, pelatihan desain kemasan pada produk keripik pisang juga diarahkan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya kemasan dan nilai jual produk

Dalam kegiatan ini, produk yang dihasilkan sebanyak 40 pouch dapat menjadi gambaran awal bahwa produk keripik pisang coklat dapat dibuat dalam bentuk kemasan yang sederhana dan siap untuk dikembangkan lebih lanjut. Meskipun kegiatan belum sampai pada tahap penjualan dan belum dilakukan perhitungan keuntungan, adanya peserta yang tertarik untuk membuat produk di rumah dan menjualnya menunjukkan adanya potensi pengembangan usaha setelah kegiatan pelatihan.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pembuatan keripik pisang coklat di Desa Cihuni menunjukkan bahwa pemanfaatan aset masyarakat berupa minat, keterlibatan, dan pengalaman dalam kegiatan UMKM dapat dikembangkan melalui pelatihan yang bersifat praktis. Kegiatan ini memberikan pengalaman kepada masyarakat dalam mengolah pisang menjadi produk keripik dengan varian rasa coklat serta mengenalkan pengemasan dan branding sederhana sebagai bagian dari pengembangan produk. Respons positif peserta dan munculnya ketertarikan untuk membuat produk di rumah maupun menjadikannya sebagai usaha menunjukkan bahwa kegiatan ini dapat menjadi langkah awal dalam mendorong minat masyarakat terhadap pengembangan usaha mikro.

Kegiatan selanjutnya diharapkan dapat dilanjutkan melalui pendampingan yang lebih terarah, terutama dalam penghitungan biaya produksi, penentuan harga jual, pemasaran, dan pengembangan variasi produk. Dengan adanya pendampingan lanjutan, produk UP BANANA diharapkan tidak hanya berhenti pada tahap pelatihan, tetapi dapat dikembangkan menjadi salah satu alternatif usaha yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Cihuni.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Cihuni yang telah memberikan izin dan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ketua RT setempat, ibu-ibu PKK, pelaku UMKM, dan masyarakat Desa Cihuni yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan pembuatan keripik pisang coklat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh anggota KKN Institut Nida El Adabi yang telah membantu dalam persiapan dan pelaksanaan kegiatan hingga penyusunan artikel ini dapat diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Andivas, M., Trisnawati, H. T., Wijanarko, A. F., Ramadhani, A. A., & Sari, H. W. M. (2023). Pelatihan perancangan desain kemasan produk UMKM keripik pisang menggunakan perangkat lunak Canva. *Surya Abdimas, 7*(3), 450–457. DOI: https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.2962

Apriyanditra, W., Sasmita, A., Yuhendra, A. P., Mustafid, M. A., Fuadi, M., Antesty, S., Isnain, F. S., Afni, N., & Bachmida, E. A. (2026). Edukasi penanganan pascapanen dan diversifikasi produk bernilai tambah bagi UMKM lokal di Kota Mataram dan Lombok Barat. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 10*(3). https://doi.org/10.31764/jpmb.v10i3.39791

Daryanto, & Murwanti, R. (2024). Improving skills and development of banana-based businesses in Sarikemuning Village through innovative packaging processing and design training. *Journal of Humanities Community Empowerment,* 2(3), 95–102. https://doi.org/10.32528/jhce.v2i3.2055

Fadjria, N., & Claudia Wardani, R. (2026). Pelatihan pembuatan keripik pisang coklat untuk meningkatkan ekonomi kreatif mahasiswa. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5*(1). DOI: https://doi.org/10.52266/taroa.v5i1.6550

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

Fiana, R. M., Raihan, S. A., & Santosa. (2024). Analysis of added value in banana chips agro-industry (Case study of UMKM Nuri Rashi in Padang City). *Andalasian International Journal of Social and Entrepreneurial Development, 4*(1), 10–14. DOI: https://doi.org/10.25077/aijsed.4.01.10-14.2024

Genadi, Y. D., Busman, S. A., & Girsang, Z. A. (2024). Pelatihan branding dan desain kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk keripik pisang di Desa Mapak Kuranji, Mataram. *Jurnal Abdi Anjani, 2*(2), 180–184. https://doi.org/10.29303/anjani.v2i2.1450

Ginting, J. H., Nurti, Y., Indrizal, E., Anwar, H., & Afrida, A. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui pengolahan produk turunan pisang di Nagari Painan Timur. *Buletin Dharmas Andalas, 1*(2), 52–58. https://doi.org/10.25077/bda.v1i2.13

Handayani, T., Olii, N., & Pelangi, K. C. (2021). Pemberdayaan kelompok PKK Desa Ilomata melalui wirausaha keripik pisang aneka rasa. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 7*(2), 185–191. https://doi.org/10.29244/agrokreatif.7.2.185-191

Hartoyo, Koswara, S., & Sulassih. (2019). Peningkatan nilai tambah usaha olahan keripik pisang di Desa Tenajar, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 5*(3), 251–257. DOI: https://doi.org/10.29244/agrokreatif.5.3.251-257

Jariah, A., Wida, N., Amalia, M. I., Ramadhan, M. Z., Permana, M. Z., Arum, S. S., Hartini, S., & Mulyani. (2023). Pendampingan inovasi rasa dan pengemasan keripik pisang masyarakat Desa Tandilang dalam meningkatkan nilai jual. *Jalujur: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(2), 79–88. https://doi.org/10.18592/jalujur.v2i2.11180

Jumiati, Khaeriyah, A., Hasriani, Rahim, A., & Wahyuni, S. (2025). Peningkatan nilai tambah melalui diversifikasi produk tahu pada Kelompok Tani Terang-Terang Kabupaten Takalar. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 8*(1).DOI: https://doi.org/10.35914/tomaega.v8i1.2953

Milyati, R., & Oktarina, K. (2025). Pelatihan Pengolahan Kreativitas Produksi Keripik Pisang Untuk Meningkatkan Nilai Tambah Pada Ibu-ibu PKK Desa Sidodadi Kecamtan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. 5(1). https://doi.org/10.32877/nr.v5i1.3250

Naton, S., Radiansah, D., & Juniansyah, H. (2020). Analisis nilai tambah dan strategi pengembangan usaha pengolahan pisang pada UMKM Keripik Tiga Bujang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 16*(2), 135–148.DOI: https://doi.org/10.20956/jsep.v16i2.7286

Nissa, C., Nurkomaria, N., & Apriliza, S. (2025). Peran unit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam mengurangi tingkat pengangguran masyarakat. *Global Leadership Organizational Research in Management, 3*(1), 108–118. DOI: 10.59841/glory.v3i1.2188

Nur, I., Bande, L. O. S., Saputra, R. A., Abdullah, W. G., Hamzah, M., Arimbawa, P., Halu, S. S., Dilla, F., & Wibowo, B. A. (2024). Pendampingan UMKM dalam pengembangan produk olahan pertanian dan perikanan untuk meningkatkan nilai ekonomi di Desa Andoolo Utama, Sulawesi Tenggara. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 7*(2), 244–251. DOI: https://doi.org/10.25134/empowerment.v7i2.2110

Parhusip, A. J. N., Sagala, A. R., Irawati, W., Adhigandewa, N. T., & Tammu, R. M. (2026). Diversifikasi produk olahan jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) menjadi jamur krispy, nugget jamur, dan abon jamur sebagai upaya peningkatan nilai tambah dan daya saing produk lokal Tangerang, Banten. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 6*(3), 1903–1912.DOI: https://doi.org/10.54082/jamsi.2825

Putalan, R., Hakim, D. H., Aswar, Pradilia, A. D., Sudirman, A. A., Fuad, N. I., & Ariany, S. P. (2026). Peningkatan nilai tambah produk olahan ikan nike melalui pelatihan optimalisasi produk, pemasaran digital, dan analisis harga pokok produksi. *Jurnal Abdimas Terapan, 5*(2), 118–126.DOI: https://doi.org/10.56190/jat.v5i2.126

Raditya, M. R., Salsabila, N., Gunawan, P. S., Ramadhan, R., & Pratama, R. H. (2024). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengolahan keripik pisang di Toko Karya Mandiri. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2*(4), 761–766. DOI: https://doi.org/10.30762/welfare.v2i4.1847

Ramadhan, D. R., Ramadhani, S., & Rambe, R. (2025). UMKM: Definisi, karakteristik, dan kontribusi ekonomi. *Ekonom: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 5*(3), 79–84. DOI: https://doi.org/10.58432/ekonom.v5i3.1688

Rizky, F. A., Fauziyah, E., & Ariyani, A. H. M. (2024). Nilai tambah produk olahan berbahan baku ikan tongkol di UMKM Cahaya Bunda Pamekasan. *AGRISCIENCE*. Nilai tambah produk olahan berbahan baku ikan tongkol di UMKM Cahaya Bunda Pamekasan | Rizky | AGRISCIENCE

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

Susanti, P. L., & Purwanto, E. (2023). Upaya peningkatan branding produk UMKM keripik pisang berbasis ekonomi kreatif melalui logo dan kemasan. *Jurnal Riset Manajemen, 1*(3), 96–102. DOI: https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.597

Tiffany, M. H., Fathanah, N., Samang, A. M. B., & Syah, I. T. (2025). Empowering the community through training in the production of flavored banana chips as a strategy for product diversification in Bonde Village, Pamboang District, Majene Regency: Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan keripik pisang aneka rasa sebagai upaya diversifikasi produk olahan pisang di Desa Bonde Kecamatan Pamboang Kabupaten Majene. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kaa Mieera (JIPKAM), 3*(2), 01–08. https://doi.org/10.60000/jipkam.v3i1.19

Utami, A. I. S., Nurhafidhi, S. R. R., Jo, B. W., Novilasari, M., Munazah, Zahrotunnisa, Shafa, N. L., Ayuningtyas, L. M., Millennia, K. I., Octaviena, G. D., & Khafsoh. (2025). Diversifikasi produk pisang UMKM Desa Wadasmalang sebagai strategi kemandirian masyarakat melalui Program KKN UNS. *KOMUNITA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 4*(4).DOI: https://doi.org/10.60004/komunita.v4i4.279

Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 3*(1), 265–282. DOI: https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576

Wulandari, S. Y., Wahyuningtyas, A., Laili, I. N., & Sulistyowati, S. N. (2024). Pelatihan pengembangan keripik pisang sebagai produk unggulan masyarakat Desa Jombatan Kesamben Jombang. *INSAN CENDEKIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2*(1). DOI: https://doi.org/10.46838/ic.v2i1.606

Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2*(3), 170–186. DOI: https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147

Yudianto, A., Nurpratama, M., Sonjaya, N. S., & Firdaus, T. (2026). Proses pendampingan produk dan kemasan keripik pisang HN IKM Desa Sukareja. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia, 7*(1), 196–205. DOI: https://doi.org/10.63447/jpni.v7i1.1538

Yuliana, Y., Milyati, R., & Oktarina, K. (2025). Pelatihan pengolahan kreativitas produksi keripik pisang untuk meningkatkan nilai tambah pada ibu-ibu PKK Desa Sidodadi Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 5*(1), 109–118. DOI: https://doi.org/10.32877/nr.v5i1.3250

Yusuf, S., Seftiana, E., & Lidyah, R. (2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai sendi perekonomian Indonesia. *Journal of Regional Economics Indonesia, 3*(2). DOI: https://doi.org/10.26905/jrei.v3i2.9122

Zahra, S. (2022). *Definisi, kriteria dan konsep UMKM*. OSF Preprints. DOI: https://doi.org/10.31219/osf.io/8qg5z

Zulkarnain, M., Dunggio, T., & Asraka, S. (2022). Peningkatan nilai tambah usaha olahan keripik pisang di Desa Biga, Kecamatan Walea Besar, Kabupaten Tojo Una-Una, Provinsi Sulawesi Tengah. *Journal of Hulonthalo Service Society, 1*(2), 121–127. https://doi.org/10.47918/jhss.v1i2.1087

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