

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI INOVASI BOLU UBI KAYU DAN MEDIA SOSIAL BERSAMA KARANG TARUNA DI DESA PETANANG KECAMATAN LEMBAK KABUPATEN MUARA ENIM

Romli¹, Putri Febiyanti², Sarah Sumayyah³, Rani Rahmadani⁴, Puput Nur Rasio⁵, Adinda Nurhasanah⁶, Aderia Pramita⁷, Adinda Andle Putri⁸

Program Studi¹

Program Studi Biologi²

Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah²

Program Studi Pendidikan Agama Islam³

Program Studi Sistem Informasi⁴

Program Studi Manajemen Pendidikan Agama Islam⁵

Program Studi Tasawuf dan Psikoterapi⁶

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang⁷

Email: romliromli@radenfatah.ac.id

Abstract

Women's empowerment is a key strategy to enhance rural economic independence through the development of local potential-based enterprises and the utilization of digital technology. In Petanang Village, Lembak District, Muara Enim Regency, women process cassava into crackers; however, product innovation and marketing remain limited to conventional methods. This community service program aimed to improve women's capacity through cassava sponge cake innovation and the optimization of social media with the assistance of the local youth organization (Karang Taruna) as digital facilitators. The method applied was a participatory approach involving observation, product innovation training, and digital marketing assistance. The results indicated an improvement in participants' skills in producing value-added products and utilizing social media for promotion. This program has the potential to serve as a sustainable empowerment model for women-led MSMEs based on local resources and digital literacy.

Keywords: *Cassava Cake, Social Media, Women's Empowerment, Village MSMEs, Product Innovation*

Abstrak

Pemberdayaan perempuan menjadi strategi penting dalam meningkatkan kemandirian ekonomi desa melalui pengembangan usaha berbasis potensi lokal dan pemanfaatan teknologi digital. Di Desa Petanang, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, perempuan mengolah ubi kayu menjadi kerupuk, namun inovasi produk dan pemasaran masih terbatas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas perempuan melalui inovasi bolu ubi kayu dan optimalisasi media sosial dengan pendampingan Karang Taruna. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui pelatihan dan praktik langsung, meliputi observasi, inovasi produk, dan pendampingan pemasaran digital. Hasil menunjukkan peningkatan keterampilan peserta dalam mengolah produk bernilai tambah dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Program ini berpotensi menjadi model pemberdayaan UMKM perempuan berbasis potensi lokal dan literasi digital.

Kata kunci: Bolu Ubi Kayu, Media Sosial, Pemberdayaan Perempuan, UMKM Desa, Inovasi Produk

PENDAHULUAN

Pemberdayaan perempuan merupakan agenda strategis dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas dan partisipasi perempuan berkontribusi terhadap penurunan kemiskinan, peningkatan kesehatan keluarga, serta kemajuan pendidikan anak (Isharina *et al.*, 2024). Dalam konteks UMKM desa, perempuan memiliki peran signifikan dalam pengelolaan usaha berbasis potensi lokal, namun sering kali menghadapi keterbatasan dalam hal literasi digital dan pemasaran modern (Avista *et al.*, 2025; Helmi *et al.*, 2025).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dan akses terhadap teknologi digital merupakan faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar UMKM di wilayah rural (Oktafiani *et al.*, 2025). Pendekatan pemberdayaan yang berbasis komunitas telah menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kapasitas pemasaran digital pelaku UMKM, termasuk melalui pelatihan pemasaran digital, pembuatan konten media sosial, dan pengelolaan akun bisnis online (Sekawati & Rahayuningsih, 2025; Purnamasari *et al.*, 2025). Oleh karena itu, penguatan keterampilan berbasis ekonomi digital menjadi pendekatan yang relevan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan, khususnya pada wilayah dengan akses terbatas terhadap pekerjaan formal (Rahmawati & Lestari, 2021).

Kondisi tersebut juga terlihat di Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim yang memiliki potensi ubi kayu melimpah yang telah dimanfaatkan masyarakat, khususnya perempuan, sebagai produk olahan kerupuk ubi. Namun, kegiatan usaha masih bersifat konvensional dengan jangkauan pemasaran yang terbatas pada lingkungan sekitar desa. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi belum dilakukan secara optimal, padahal teknologi digital mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM. Tanpa adanya inovasi produk dan penguatan literasi digital, usaha masyarakat berpotensi mengalami stagnasi dan sulit bersaing di era ekonomi modern (Rahmawati & Lestari, 2021).

Lebih lanjut, strategi pemasaran digital berbasis media sosial, seperti pemanfaatan fitur status pada WhatsApp dan konten visual di Instagram, terbukti efektif dalam promosi produk dan interaksi konsumen (Sachrir & Mustari, 2025). Kajian literatur sistematis lainnya menegaskan bahwa platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp berperan penting dalam meningkatkan visibilitas merek dan keterlibatan pelanggan, sehingga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan penjualan UMKM (Armevia & Fajrina, 2023).

Inovasi olahan ubi kayu dengan bentuk bolu dan brownies telah menjadi salah satu upaya pengembangan pangan lokal yang berpotensi memberikan nilai tambah

ekonomi bagi masyarakat desa. Hasil kajian program pemberdayaan masyarakat menunjukkan bahwa teknologi pengolahan ubi kayu dapat menghasilkan produk seperti steamed cassava brownies, yang diterima dengan baik oleh masyarakat serta meningkatkan pemahaman komunitas terhadap proses pengolahan pangan olahan lokal (Setiawan *et al.*, 2024).

Selain aspek ekonomi, pengembangan produk bolu dari ubi kayu juga berkontribusi pada aspek ketahanan pangan karena ubi kayu merupakan komoditas yang mudah dibudidayakan dan relatif stabil produksinya. Produk olahan dalam bentuk cake dapat memperpanjang umur simpan dan memperluas jangkauan pemasaran dibandingkan bahan mentah yang cepat rusak. Dengan demikian, diversifikasi melalui inovasi bolu ubi kayu dapat menjadi strategi untuk memperkuat ketahanan pangan serta menciptakan sumber pendapatan baru di masyarakat pedesaan (Utami *et al.*, 2024).

Inovasi produk makanan berbasis ubi kayu, termasuk cake atau bolu berbahan lokal, tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi tetapi juga mendukung diversifikasi pangan lokal yang lebih beragam. Pendekatan seperti ini dapat mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku impor seperti tepung terigu dan memberikan alternatif produk bakery yang unik dan kaya cita rasa sesuai preferensi konsumen lokal (Cristina *et al.*, 2025).

Program-program pengabdian dalam pemberdayaan UMKM perempuan yang memanfaatkan pemasaran digital menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi yang lebih luas (Rahayu *et al.*, 2025; Dewi *et al.*, 2025).

Namun, tantangan seperti keterbatasan konektivitas internet, biaya data, dan kurangnya dukungan pelatihan sering kali masih menjadi hambatan bagi perempuan di desa untuk mengoptimalkan pemasaran digital (Oktafiani *et al.*, 2025). Oleh karena itu, integrasi inovasi produk berbasis potensi lokal, seperti diversifikasi produk olahan ubi kayu menjadi bolu ubi kayu, dengan strategi pemasaran digital dan pendampingan komunitas seperti melalui Karang Taruna menjadi sebuah pendekatan yang relevan dalam upaya pemberdayaan perempuan di desa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Pendekatan partisipatif berbasis komunitas (*community-based participatory approach*). Pendekatan ini menekankan keterlibatan aktif mitra, yaitu Karang Taruna Desa Petanang, dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pendampingan program inovasi produk serta pemasaran digital. Analisis kegiatan dilakukan secara deskriptif kualitatif berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi selama pelaksanaan program.

Waktu dan tempat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 23 Januari 2026 di Desa Petanang, Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim. Kegiatan dilakukan bekerja sama dengan Karang Taruna Desa Petanang sebagai mitra pendamping dalam pelaksanaan program pemberdayaan perempuan berbasis inovasi produk dan pemasaran digital.

Target atau sasaran

Sasaran kegiatan adalah perempuan pelaku usaha olahan ubi kayu di Desa Petanang sebagai penerima manfaat program pemberdayaan. Adapun pelaksanaan praktik pembuatan bolu ubi kayu dilakukan bersama anggota Karang Taruna sebagai mitra pendamping, yang selanjutnya diharapkan dapat mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada kelompok perempuan pelaku usaha secara berkelanjutan.

Subjek Penelitian

Populasi dalam kegiatan ini adalah seluruh perempuan pelaku usaha olahan ubi kayu di Desa Petanang. Sampel kegiatan terdiri atas peserta yang bersedia mengikuti program pelatihan serta 6–8 anggota Karang Taruna yang berperan sebagai pendamping digital. Pemilihan sampel dilakukan secara purposive berdasarkan keterlibatan aktif dalam kegiatan usaha dan kesediaan mengikuti pelatihan.

Prosedur pelaksanaan

Prosedur kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Tahap awal berupa observasi untuk mengidentifikasi kondisi usaha dan pola pemasaran yang dilakukan masyarakat. Tahap kedua adalah pelatihan inovasi produk melalui praktik langsung pembuatan bolu ubi kayu sebagai bentuk diversifikasi produk bernilai tambah. Tahap ketiga berupa pelatihan pemanfaatan media sosial yang meliputi pembuatan akun bisnis, penyusunan konten promosi sederhana, serta pengenalan strategi pemasaran digital. Tahap terakhir adalah pendampingan praktik oleh Karang Taruna dalam pengelolaan konten dan penggunaan media sosial.

Proses pembuatan bolu ubi kayu diawali dengan pengupasan, pencucian, perebusan, dan penghalusan ubi kayu. Telur, gula pasir, dan SP dikocok hingga mengembang, kemudian ditambahkan tepung terigu dan susu bubuk secara bertahap. Ubi kayu yang telah dihaluskan dicampurkan ke dalam adonan, diikuti dengan penambahan margarin cair dan pewarna pandan. Adonan dituangkan ke dalam loyang yang telah diolesi margarin dan dikukus selama ± 30 menit hingga matang. Setelah dingin, produk dipotong dan dikemas secara sederhana untuk menjaga kualitas dan daya tarik produk.

Instrumen dan teknik analisis data

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi lembar observasi untuk mengamati partisipasi dan keterlibatan peserta, dokumentasi kegiatan, serta catatan

lapangan selama proses pelatihan dan pendampingan berlangsung. Selain itu, digunakan peralatan produksi seperti mixer, kukusan/oven, loyang, baskom, timbangan, dan alat pendukung lainnya untuk praktik pembuatan produk.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif berdasarkan hasil observasi, dokumentasi, dan partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung. Analisis difokuskan pada perubahan pemahaman, keterampilan, serta respons peserta terhadap inovasi produk dan penggunaan media sosial. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk menilai efektivitas program dalam mendukung peningkatan kapasitas dan kemandirian ekonomi perempuan desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap persiapan

Tahap persiapan diawali dengan identifikasi kebutuhan kegiatan serta penyiapan bahan dan alat yang digunakan dalam praktik pembuatan bolu ubi kayu. Bahan utama berupa ubi kayu serta bahan pendukung seperti tepung, telur, gula, dan margarin disiapkan sebagai bentuk inovasi produk berbasis potensi lokal. Tahap persiapan merupakan bagian penting dalam kegiatan pengabdian karena menentukan kelancaran proses pelaksanaan di lapangan. Hal ini sejalan dengan pendapat Lestari & Hidayat (2021) yang menyatakan bahwa perencanaan dan persiapan yang matang dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap efektivitas program dan ketercapaian tujuan.



Gambar 1. Persiapan alat dan bahan pembuatan bolu ubi kayu

Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2026)

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa transformasi ubi kayu menjadi produk olahan seperti tepung mocaf, bolu, dan brownies mampu meningkatkan nilai ekonomi dibandingkan penjualan bahan mentah (Saputra *et al.*, 2025; Verawati *et al.*, 2023). Diversifikasi produk berbasis cassava flour atau mocaf terbukti memberikan peluang usaha baru bagi masyarakat desa karena produk bakery memiliki segmentasi pasar yang lebih luas dan nilai jual lebih tinggi (Herlina *et al.*, 2024).

Selain itu beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan inovasi produk pangan lokal sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia dan perencanaan awal yang sistematis. Oleh karena itu, tahap persiapan dalam kegiatan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dalam membangun kapasitas produksi dan kesiapan inovasi usaha berbasis potensi lokal.

Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui praktik langsung pembuatan bolu ubi kayu yang dilaksanakan bersama peserta dan didampingi oleh Karang Taruna. Metode praktik langsung dipilih agar peserta lebih mudah memahami tahapan produksi serta memperoleh pengalaman secara langsung. Pendekatan ini sejalan dengan Mujtama' (2023) yang menyatakan bahwa model pendampingan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri pelaku usaha kecil dalam mengimplementasikan inovasi usaha.

Selain produk bolu, beberapa program pemberdayaan lainnya juga menunjukkan bahwa pengenalan produk olahan ubi kayu yang variatif disertai pemasaran digital pada UMKM dapat meningkatkan pemahaman peserta terhadap potensi usaha berbasis potensi lokal. Studi di Kelurahan Tebat Giri Indah menegaskan bahwa diversifikasi ubi kayu ke produk yang lebih bernilai dan penguatan literasi digital perlu dilakukan secara bersamaan untuk mendukung keberlanjutan usaha masyarakat (Ichsan *et al.*, 2024).



Gambar 2. Kegiatan praktek pembuatan bolu ubi kayu bersama karang taruna
Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2026)



Gambar 3. Hasil olahan ubi kayu menjadi bolu ubi untuk pemasaran produk UMKM
Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2026)

Secara umum, kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa peserta mampu memahami proses pengolahan ubi kayu menjadi bolu ubi kayu dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sederhana. Pelaksanaan kegiatan berbasis praktik langsung memberikan pengalaman nyata kepada peserta sehingga meningkatkan keterampilan teknis dalam produksi pangan olahan. Model pendampingan yang melibatkan Karang Taruna sebagai pendamping digital juga membantu memperkenalkan konsep pemasaran berbasis teknologi kepada masyarakat.

Menurut Wadly *et al.*, (2025) bahwa pelatihan media sosial mampu meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam memasarkan produk secara daring. Meskipun kegiatan ini belum sampai pada tahap evaluasi kuantitatif seperti pengukuran peningkatan pendapatan atau volume penjualan, program ini telah memberikan dasar keterampilan bagi peserta untuk mengembangkan usaha secara lebih mandiri. Selain itu, strategi diversifikasi produk ubi kayu yang terjadi pada berbagai pelatihan telah menunjukkan bahwa pelibatan komunitas dalam praktik langsung, termasuk pengenalan resep baru dan teknik pemasaran, berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha terutama perempuan (Hidayati, 2025).

Tahap pengemasan

Selain proses produksi, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengemasan produk sebagai bagian dari strategi peningkatan nilai jual. Pengemasan bolu ubi kayu dilakukan secara sederhana dengan menggunakan wadah yang bersih dan menarik untuk menjaga kualitas produk serta meningkatkan daya tarik konsumen. Menurut Aman *et al.*, (2025), pengemasan produk tidak hanya menjadi penutup fisik produk, tetapi juga menjadi bagian penting dari strategi pemasaran modern, terutama ketika produk dipromosikan melalui media sosial. Produk olahan pangan dengan kemasan yang menarik dapat menciptakan brand image yang kuat serta meningkatkan persepsi nilai oleh konsumen sehingga berdampak pada daya saing produk di pasar digital.



Gambar 4. Tahap pengemasan bolu ubi kayu dalam mendukung pemasaran Produk UMKM

Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2026)

Selain proses produksi, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya pengemasan produk sebagai bagian dari strategi peningkatan nilai jual. Pengemasan bolu ubi kayu dilakukan secara sederhana dengan menggunakan wadah yang bersih dan menarik untuk menjaga kualitas produk serta meningkatkan daya tarik konsumen. Hal ini sejalan dengan penjelasan oleh Santoso *et al* , (2024), bahwa mengenai pemahaman pengemasan yang benar termasuk penekanan pada kebersihan, keamanan pangan, dan daya tarik visual terbukti penting dalam konteks UMKM, karena konsumen kini tidak hanya membeli produk karena rasa, tetapi juga karena kemasan yang menunjukkan kualitas serta nilai tambah. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa penggunaan berbagai formulasi tepung alternatif seperti MOCAF dalam produk bakery memberikan potensi visual dan teknik pengemasan yang berbeda sehingga mampu menarik segmen pasar tertentu.

Dengan demikian, pemahaman mengenai pengemasan produk olahan ubi kayu yang baik menjadi relevan untuk dijadikan bagian dari strategi komunikasi pemasaran digital UMKM, terutama dalam konteks promosi melalui media sosial yang semakin umum digunakan oleh pelaku usaha di desa.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa inovasi pengolahan ubi kayu menjadi bolu ubi kayu serta optimalisasi media sosial melalui pendampingan Karang Taruna mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan perempuan dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Program ini juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital sebagai sarana promosi produk UMKM. Dengan demikian, pemberdayaan berbasis inovasi produk dan literasi digital dapat menjadi strategi alternatif dalam mendukung kemandirian ekonomi perempuan desa secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amah, M. A., Kusuma, A. Z., & Ariyanti, R. (2025). Perhitungan peningkatan nilai jual ubi kayu menjadi berbagai macam olahan makanan. *AbdIBA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Armevia, F. R., & Fajrina, I. D. (2023). Komunikasi pemasaran berbasis media sosial untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Avista, D. R., Sekar Langit, U. A., & Mashudi. (2025). Literasi digital dan penguatan UMKM: Tinjauan teoritis terhadap strategi pemberdayaan di daerah terpencil. *Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2).
- Cristina, E. D., Putu Hemy Ekayani, I. A., & Suriani, N. (2025). Inovasi roll cake dengan teknik kukus menggunakan substitusi tepung mocaf. *Jurnal Kuliner*, 5(1).

- Dewi, R. Z., Ningsih, M., & Utama, J. Y. (2025). Empowerment of women-led MSMEs through AI training to improve marketing communication skills. *Society: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4).
- Helmi, S., Setyadi, B., Wedadjati, R. S., Asriadi, M., & Yahya, N. (2025). Digital literacy model to improve marketing skills of MSME women with a community-based educational approach. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 9(1).
- Herlina., Shaidah, S. N., Afriliana, A., Wibowo, Y., Soekarno, S., & Wiyono, A. E. (2024). Karakterisasi roti bolu manis berbasis MOCAF. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 25(2).
- Hidayati, D. (2025). Transformasi ubi kayu menjadi produk bernilai jual: Upaya pemberdayaan murid PKBM Melati Banjarmasin. *Jalujur: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- Ichsan, N. O. A., Setiadi, D., & Syahri, R. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui pengenalan produk olahan ubi kayu dan digital marketing pada pelaku UMKM. *Abdimas UMPWR*, 8(3).
- Isharena, I. K., Ismail, T., & Barinta, D. D. (2024). Pemberdayaan Perempuan Desa Sukorejo Melalui Pengembangan Kreativitas dan Pemanfaatan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1).
- Lestari, D., & Hidayat, R. (2021). Perencanaan program pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal dalam meningkatkan kemandirian ekonomi desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 115–124.
- Mujtama'. (2023). Pendampingan e-marketing bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas pemasaran digital. *Mujtama': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2).
- Oktafiani, D., Kusumastuti, R., Putra, T. D., & Turmudi, H. (2025). Pemberdayaan masyarakat desa melalui literasi digital dan penggunaan e-commerce. *JGEN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4).
- Purnamasari, S., Zainul, M., Hadi, A., Rozak, P., & Yulianti, F. (2025). Pelatihan dan pendampingan pemberdayaan perempuan dalam pemasaran digital bagi UMKM Kenanga. *PAKDEMAs: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Rahayu, N. P. W., Putri, I. A., Haninun, H., Mega, S. A., & Rahmawati, A. (2025). Pemberdayaan UMKM wanita melalui digitalisasi dan literasi keuangan di era ekonomi digital. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 4(2), 145–151
- Rahmawati, D., & Lestari, N. (2021). Perempuan dan Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan di Indonesia. *Journal of Economic Studies*, 15(1), 53-68.
- Sachrir, M. I., & Mustari, U. A. (2025). Strategi pemasaran digital berbasis media sosial untuk penguatan kapasitas SDM usaha mikro. *Nusantara Innovation Journal*, 3(2).
- Santosa, R. (2017). Kelayakan Finansial dan Nilai Tambah Usaha Agroindustri Keripik Ubi kayu di Kecamatan Saronggi, Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pertanian Cemara*, 1 (14): 21-34.
- Saputra, H. A., & Nurcholis, A. E. (2025). Pemberdayaan masyarakat Desa Kebak: Ubah ubi kayu menjadi tepung MOCAF dan bolu bergizi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Rafflesia*, 8(1)
- Santoso, B., Siagian, S. I., & Wijaya, A. (2024). Effect of grated cassava as substitute for wheat flour in processing steamed cake. *Jurnal Agroindustri*, 4(1), 48–54.

- Sekawati, E., & Rahayuningsih, E. (2025). Community-based digital marketing empowerment: A holistic strategy for empowering rural women MSMEs in Southeast Asia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1).
- Setiawan, A., Jaduri, J., Sherendita, N., Pardede, B. M., Nainggolan, L. M., Kinanti, A. P., ... & Nabhan, M. A. (2024). The processing of steamed cassava brownies as an enhancement of the knowledge and skills of the people of Suka Menang Village. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 459–465.
- Utami, N. R., Sriwulandari, T., & Saleha, S. (2024). Increasing the added value of cassava (*Manihot esculenta*) through culinary product innovation based on au bain marie techniques in a community service program. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(4).
- Verawati, N., Selvianti, I., Aida, N., & Rifkowaty, E. E. (2023). Pelatihan pembuatan brownies dari tepung mocaf bagi Kelompok PKK Desa Mulia Kerta. At-Tamkin. *At-Tamkim: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2).
- Wadly, I. F., Kurniawan, H., Akbar, A., Muttaqin, M., & Nasution, D. (2025). Pelatihan media sosial untuk pemasaran UMKM dengan digital marketing di Desa Kota Pari. *JURIBMAS: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 4(1).