



Darmabakti Akademia:
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Nomor 1 Volume 1

The article is published at <https://jurnal.uic.ac.id/Darmabakti-Akademia>



**Inovasi Pengembangan Produk Rempeyek Bundar Melalui Diversifikasi
Rasa Dan Topping Di Desa Merkawang Kecamatan Tambakboyo**
**Kholifatun Nisa¹, Rohmatin Anzelina Fitri², Mitha Putri Laksono³, Munip Hidayati⁴, Sukron
Makmun Andhika⁵.**

Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama' Tuban.

Correspondent Email: kholifatunnisa014@gmail.com¹, Anzelfitri001@gmail.com²,
mithaaptr0304@gmail.com³, hidayatimunip015@gmail.com⁴, sukronandika@gmail.com⁵,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan produk rempeyek bundar pada UMKM Hartatik Catering di Desa Merkawang melalui diversifikasi rasa dan topping sebagai upaya meningkatkan daya saing produk. Fokus inovasi diarahkan pada penambahan varian rasa pedas BonCabe dan topping rebon kering yang disesuaikan dengan selera konsumen masa kini. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) dengan memanfaatkan aset yang telah dimiliki UMKM, meliputi keterampilan sumber daya manusia, peralatan produksi, serta sistem pengolahan dan pengemasan yang sudah berjalan. Pelaksanaan dilakukan secara kolaboratif melalui tahapan identifikasi aset, perancangan inovasi, uji coba produk, dan evaluasi hasil. Data diperoleh melalui observasi, diskusi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi rempeyek bundar dengan rasa pedas BonCabe dan topping rebon kering dapat diterapkan dengan mudah tanpa mengubah proses produksi utama, mampu meningkatkan variasi produk, memperkuat daya tarik visual dan cita rasa, serta berpotensi memperluas segmentasi pasar. Inovasi ini menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan nilai tambah produk sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi UMKM di Desa Merkawang.

Kata Kunci: inovasi produk, rempeyek bundar, diversifikasi rasa, UMKM.

Abstract

This study aims to develop a round rempeyek product at Hartatik Catering MSME in Merkawang Village through flavor and topping diversification as an effort to enhance product competitiveness. The innovation focuses on introducing a spicy BonCabe flavor variant and dried rebon shrimp topping tailored to contemporary consumer preferences. The method applied in this activity is the Asset-Based Community Development (ABCD) approach by utilizing existing MSME assets, including human resource skills, production equipment, and established processing and packaging systems. The implementation was carried out collaboratively through stages of asset identification, innovation design, product trials, and evaluation. Data were collected through observation, discussions, and documentation, then analyzed using descriptive qualitative methods. The results indicate that the round rempeyek innovation with spicy BonCabe flavor and dried rebon topping can be easily implemented without altering the main production process, increases product variety, strengthens

visual appeal and taste, and has the potential to expand market segmentation. This innovation serves as an effective strategy to increase product value while supporting the economic sustainability of MSMEs in Merkawang Village.

Keywords: *product innovation, round rempeyek, flavor diversification, MSME*

Accepted Date: 1 Februari 2026

Publish Date: 2 Maret 2026

Pendahuluan

Indonesia yang didominasi oleh keberadaan Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung perekonomian nasional juga terdampak secara serius tidak saja pada aspek total produksi dan nilai perdagangan akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya. UMKM merupakan salah satu jenis perusahaan yang peranan besar dalam pelestarian, pengembangan, dan pemasaran produk-produk kue tradisional dan produk handicraft seperti anyaman. Meski menghadapi berbagai tantangan, peluang bagi UMKM di sektor ini sangat besar, terutama dengan adanya dukungan teknologi dan pasar yang semakin terbuka. Namun di sisi lain, UMKM merupakan sektor usaha yang paling cepat berdampak jika terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi negara (Nurulrahmatiah dan Sausan, 2025)

Desa Merkawang merupakan salah satu desa yang memiliki potensi cukup besar dalam pengembangan usaha mikro, bahkan terdapat 217 usaha yang ada di Desa merkawang dari 10 RT yang ada di desa ini. Yang mana luas desa ini adalah 497 hektar dengan luas pemukiman 37,46 hektar. Selain menggantungkan perkeekonomian dengan bertani sebagian masyarakat desa ini juga menggantungkan perekonomiannya pada usaha rumahan yang memproduksi makanan ringan, salah satunya ibu hartatik yang memproduksi rempeyek bundar. Produk rempeyek bundar yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Merkawang telah dikenal di lingkungan sekitar dan sudah dipasarkan dengan kemasan yang baik serta dilengkapi label produk yang informatif. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha setempat telah memiliki kesadaran terhadap pentingnya kualitas dan identitas produk. Produk rempeyek merupakan salah satu camilan tradisional yang tetap diminati hingga saat ini. Rempeyek dikenal dengan teksturnya yang renyah dan cita rasanya yang gurih, sehingga digemari oleh berbagai kalangan. Meskipun termasuk makanan tradisional yang sudah lama dikenal, peluang pengembangan produk ini masih terbuka lebar, terutama melalui inovasi rasa dan variasi topping yang mengikuti perkembangan selera konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi bahan dan varian rasa pada rempeyek mampu meningkatkan daya terima dan minat beli konsumen (Ningrum dkk., 2024).

UMKM sebagai penggerak ekonomi masyarakat desa perlu terus melakukan inovasi agar produk yang dihasilkan tetap relevan dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Rempeyek bundar di Desa Merkawang secara tampilan sudah cukup siap bersaing karena memiliki kemasan dan label yang layak apalagi peyek bundar yang diproduksi oleh ibu Hartatik ini sudah masuk pada UMKM yang dikelola oleh sebuah pabrik SBI yang bernama UMKM Tuwuh Mandiri. Namun, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa varian produk masih didominasi rasa klasik seperti kacang tanah

dan ikan teri. Padahal, diversifikasi produk merupakan strategi penting untuk meningkatkan nilai tambah dan memperluas segmen pasar UMKM (Novita dan Sundari, 2025)

Perubahan pola konsumsi masyarakat juga menuntut adanya inovasi pada produk pangan tradisional. Konsumen masa kini, khususnya generasi muda, cenderung menyukai camilan dengan cita rasa baru dan tampilan yang unik. Diversifikasi rasa seperti pedas gurih, bawang, keju, dan rumput laut, serta penambahan topping seperti ebi, wijen, dan kacang mete dapat memberikan pengalaman rasa yang berbeda. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa variasi rasa dan topping mampu meningkatkan daya tarik dan penerimaan konsumen terhadap produk makanan tradisional (Hardono, 2016)

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pendampingan UMKM di Desa Merkawang dalam melakukan inovasi pengembangan produk rempeyek bundar yang diproduksi oleh Hartatik Catering melalui diversifikasi rasa dan topping yaitu varian rasa pedas boncabe dan topping rebon kering. Pendampingan dilakukan melalui proses pengenalan varian rasa baru, pemanfaatan topping alternatif, serta pemahaman preferensi konsumen agar produk yang dihasilkan memiliki daya saing yang lebih kuat. Diharapkan inovasi ini dapat meningkatkan nilai jual produk rempeyek bundar sekaligus memperkuat perekonomian masyarakat Desa Merkawang secara berkelanjutan

Tinjauan Literatur

Inovasi produk merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada produk pangan tradisional. Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi produk dapat meningkatkan pengalaman konsumen serta membuka peluang segmen pasar baru, terutama ketika produk dikembangkan sesuai dengan preferensi konsumen masa kini. Dalam konteks UMKM, penelitian Sundari & Prayoga (2025) menunjukkan bahwa diversifikasi produk mampu memperkuat posisi usaha lokal dan menambah nilai jual tanpa harus mengubah proses produksi utama secara signifikan, sebagaimana dibuktikan dalam kajian inovasi produk UMKM pangan lokal. Beberapa studi juga menegaskan bahwa variasi rasa dan topping pada makanan tradisional memiliki pengaruh terhadap preferensi dan kepuasan konsumen. Masrukan dkk,(2025) menemukan bahwa inovasi pada camilan tradisional yang melibatkan penambahan rasa pedas dan topping menarik mampu meningkatkan daya tarik visual dan cita rasa, sehingga mendorong minat beli konsumen, khususnya generasi muda. Temuan ini sejalan dengan penelitian tentang diversifikasi produk pangan lokal yang menunjukkan bahwa inovasi rasa dapat meningkatkan daya terima konsumen.

Kajian terhadap pemberdayaan UMKM juga menemukan bahwa pemanfaatan atribut lokal, seperti bahan baku khas daerah dan cita rasa autentik, dapat memperkuat identitas produk di pasar. Hal ini diperkuat oleh penelitian tentang strategi diversifikasi produk UMKM desa yang menyatakan bahwa karakter lokal mampu meningkatkan daya tarik dan keunggulan kompetitif produk (Andini dkk., 2023). Berdasarkan berbagai kajian tersebut, pengembangan rempeyek bundar melalui diversifikasi rasa dan topping dengan

pendekatan ABCD memiliki landasan teoretis yang kuat. Inovasi produk yang dikombinasikan dengan pemberdayaan aset lokal diyakini dapat meningkatkan nilai tambah produk sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi UMKM.

Metode Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dengan fokus pada pemanfaatan aset yang telah dimiliki oleh UMKM rempeyek bundar di Desa Merkawang. Aset tersebut meliputi keterampilan pemilik dan karyawan dalam proses produksi rempeyek, peralatan yang tersedia, serta produk yang sudah memiliki kemasan dan label. Berdasarkan aset tersebut, kegiatan pengabdian diarahkan pada inovasi pengembangan produk tanpa mengubah sistem produksi yang sudah berjalan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara kolaboratif bersama pemilik dan karyawan UMKM melalui tahapan identifikasi aset, perancangan, dan penerapan inovasi produk. Inovasi yang dilakukan difokuskan pada pembuatan rempeyek bundar dengan topping rebon dan varian rasa pedas. Proses inovasi meliputi penyesuaian komposisi bahan, uji coba rasa, serta evaluasi hasil produk secara langsung. Data kegiatan diperoleh melalui observasi, diskusi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan hasil inovasi produk yang dihasilkan.

Hasil dan Pembahasan

Kondisi Awal Produk Rempeyek Bundar UMKM Desa Merkawang

Desa Merkawang memiliki peluang yang cukup menjanjikan dalam pengembangan usaha mikro, terutama pada bidang olahan pangan tradisional yang dikelola oleh masyarakat setempat. Salah satu produk yang menjadi unggulan adalah rempeyek bundar yang diproduksi oleh UMKM Hartatik Catering di bawah naungan UMKM Tuwuh Mandiri yang berlokasi di kawasan pabrik SBI, sehingga menunjukkan adanya sistem pengelolaan usaha yang relatif terstruktur dan berkelanjutan. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa produk rempeyek bundar tersebut telah dikemas dengan baik serta dilengkapi label yang memuat informasi produk secara jelas, yang mencerminkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya mutu, identitas merek, dan strategi pemasaran. Dari sisi tampilan dan kemasan, produk ini dapat dikategorikan siap bersaing di pasar lokal. Meskipun demikian, pengembangan produk masih menghadapi kendala pada aspek variasi, karena jenis rempeyek yang dihasilkan masih didominasi oleh cita rasa konvensional, yakni kacang tanah dan ikan teri. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa inovasi produk belum dimanfaatkan secara maksimal, padahal peluang untuk melakukan diversifikasi rasa maupun topping masih terbuka luas. Terbatasnya varian rasa ini berpotensi membatasi perluasan segmen pasar, terutama di kalangan konsumen muda yang cenderung tertarik pada produk dengan inovasi cita rasa dan tampilan yang lebih beragam.

Proses Inovasi Pengembangan Produk Rempeyek Bundar

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang berorientasi pada pengoptimalan potensi yang telah dimiliki oleh UMKM. Aset yang berhasil diidentifikasi mencakup kemampuan pemilik dan tenaga kerja dalam proses produksi rempeyek, ketersediaan sarana dan prasarana produksi, serta produk yang telah didukung oleh kemasan dan label yang cukup representatif. Berangkat dari kondisi tersebut, pengembangan inovasi produk dirancang tanpa melakukan perubahan mendasar pada pola produksi yang sudah berjalan, sehingga tetap mudah diterapkan dan berpeluang untuk berkelanjutan. Inovasi difokuskan pada upaya peningkatan nilai tambah melalui diversifikasi rasa dan topping, khususnya dengan menghadirkan varian rasa pedas boncabe dan penambahan topping rebon kering. Tahapan inovasi dilaksanakan secara bertahap, meliputi penyesuaian komposisi bahan, uji coba cita rasa, serta evaluasi hasil produk yang dilakukan bersama pemilik dan karyawan UMKM. Penentuan takaran bumbu pedas boncabe dilakukan secara cermat agar menghasilkan perpaduan rasa pedas dan gurih yang seimbang tanpa menghilangkan karakteristik kerenyahan rempeyek, sementara pemilihan rebon kering sebagai topping alternatif didasarkan pada kemudahan bahan baku, kekhasan rasa, serta kesesuaiannya dengan preferensi konsumen lokal.

Dari proses pembuatan Rempeyek Bundar yang dilakukan dengan inovasi yang telah direncanakan dan disetujui oleh pemilik produk, didapatkan resep Rempeyek Bundar dalam takaran satu adonan sebagai berikut:

1. Tepung beras $\frac{1}{2}$ kg
2. Tepung tapioka $\frac{1}{4}$ kg
3. Telur 3 biji
4. Santan bubuk 2 sacet
5. Bumbu halus (Rempah-rempah umum) sesuai selera
6. Rebon secukupnya
7. Penyedap rasa sesuai selera
8. Boncabe secukupnya

Cara pembuatan sebagai berikut:

1. Siapkan semua bahan.
2. Masukkan tepung beras, tepung tapioka, 3 biji telur, 2 sacet santan bubuk dan bumbu halus kedalam wadah.
3. Masukkan air kedalam wadah tersebut kemudian aduk sampai tercampur, buat adonan sedikit cair untuk hasil yang sempurna.
4. Kemudian beri penyedap rasa sesuai selera.
5. Setelah adonan dirasa sudah pas, masukkan rebon secukupnya dan siap untuk digoreng
6. Siapkan 2 penggorengan dengan 1 minyak sedang dan satunya dengan minyak lebih banyak agar proses penggorengan berhasil.
7. Setelah minyak sudah panas, panaskan terlebih dulu alat cetakkan Rempeyek Bundar agar ketika adonan dimasukkan ke penggorengan mudah terlepas.

8. Setelah cetakan sudah panas, tuangkan adonan kedalam cetakan secukupnya, kemudian masukkan kedalam penggorengan hingga adonan terlepas dengan sendirinya.
9. Setelah adonan mengeras dan terlepas, pindahkan kedalam penggorengan dengan minyak yang lebih banyak, tunggu hingga matang kemudian tiriskan.



Gambar 1.1 Dokumentasi proses pembuatan Rempeyek Bundar

Hasil Diversifikasi Rasa dan Topping Rempeyek Bundar

Berdasarkan hasil kegiatan, inovasi rempeyek bundar dengan perpaduan rasa pedas BonCabe dan *topping* rebon kering berhasil menciptakan karakteristik produk yang lebih kaya rasa dibanding versi aslinya. Munculnya rasa pedas ini memberikan pengalaman rasa baru yang modern, sedangkan taburan rebon tidak hanya memperkuat cita rasa gurih tetapi juga mempercantik estetika visual produk tersebut. Menariknya, meskipun ada penambahan bahan baru, tekstur renyah yang selama ini menjadi keunggulan utama rempeyek Hartatik Catering tetap terjaga dengan baik, membuktikan bahwa formulasi inovasi ini tidak merusak kualitas dasarnya. Secara visual, sebaran rebon yang merata membuat tampilan rempeyek terlihat lebih premium dan unik. Temuan ini membuktikan bahwa pembaruan pada rasa dan bahan baku efektif dalam mendongkrak minat beli serta penerimaan konsumen. Selain itu, langkah diversifikasi ini menjadi strategi krusial untuk menjaga relevansi makanan tradisional di tengah tren selera masyarakat yang terus berubah.

Keberhasilan diversifikasi rasa dan *topping* pada rempeyek bundar Hartatik Catering bukan sekadar pencapaian teknis dalam proses produksi, melainkan sebuah langkah strategis untuk memperkuat struktur ekonomi UMKM. Secara teoritis, penambahan varian pedas BonCabe dan rebon kering menciptakan segmentasi pasar yang lebih luas. Jika sebelumnya produk hanya menyasar konsumen fanatik rasa klasik, kini produk tersebut mampu menarik minat kelompok konsumen yang lebih muda (generasi milenial dan Z) yang secara statistik memiliki kecenderungan konsumsi camilan pedas yang tinggi. Perluasan basis konsumen ini merupakan faktor kunci yang secara linear akan mendorong peningkatan volume penjualan bulanan.

Ditinjau dari teori aspek nilai tambah (*added value*), inovasi ini memungkinkan UMKM untuk melakukan penyesuaian harga jual yang lebih kompetitif. Produk dengan

tampilan visual yang lebih menarik (estetik) dan rasa yang unik seringkali dipersepsikan memiliki nilai lebih tinggi oleh konsumen. Berdasarkan hasil evaluasi, keberadaan *topping* rebon yang merata memberikan kesan produk premium. Hal ini membuka peluang bagi mitra untuk masuk ke pasar ritel yang lebih luas atau pusat oleh-oleh dengan harga yang lebih baik dibandingkan penjualan curah atau rasa standar.

Peningkatan omset juga didorong oleh pola pembelian konsumen yang cenderung bersifat komplementer, konsumen yang awalnya hanya berniat membeli varian original kini tertarik untuk menambah varian pedas sebagai pelengkap. Fenomena ini meningkatkan rata-rata nilai transaksi perpelanggan (*average basket size*). Sebagaimana konsep yang diusung dalam pendekatan ABCD, optimalisasi aset yang ada tanpa menambah beban operasional alat secara signifikan membuat margin keuntungan yang didapatkan menjadi lebih besar. Dengan demikian, keberlanjutan ekonomi UMKM Desa Merkawang dapat lebih terjamin melalui diversifikasi yang konsisten terhadap selera pasar yang dinamis.



Gambar 1.2 Dokumentasi pengemasan Rempeyek Bundar

Respon UMKM terhadap Inovasi Produk

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi yang dilakukan selama proses pendampingan, pemilik serta karyawan UMKM menunjukkan tanggapan yang positif terhadap inovasi pengembangan produk rempeyek bundar. Pelaku usaha menilai bahwa penerapan varian rasa pedas boncabe dan topping rebon kering tergolong mudah dilakukan karena tidak memerlukan perubahan signifikan pada peralatan maupun alur produksi yang telah berjalan. Inovasi tersebut juga dipandang memiliki peluang dalam memperluas jangkauan pasar, khususnya bagi konsumen yang menyukai camilan dengan karakter rasa pedas dan berbeda dari produk konvensional. Selain itu, pelaku UMKM mulai memahami bahwa diversifikasi produk merupakan strategi yang penting dalam meningkatkan nilai tambah sekaligus memperkuat daya saing produk



Gambar 1.3 Dokumentasi pengabdian bersama pemilik produk Dampak Inovasi terhadap Daya Saing Produk UMKM

Langkah inovatif dalam mengembangkan rempeyek bundar melalui variasi rasa dan *topping* telah memberikan kontribusi positif terhadap penguatan daya saing UMKM di Desa Merkawang. Kehadiran rasa yang lebih modern ini menjadi solusi agar produk tradisional tidak lagi dipandang monoton, melainkan mampu beradaptasi dengan selera konsumen kontemporer. Melalui perpaduan rasa pedas BonCabe dan rebon kering, produk ini tidak hanya memiliki nilai jual yang lebih kompetitif, tetapi juga berpotensi menjangkau pasar yang jauh lebih luas. Selain itu, transformasi ini memperkuat posisi UMKM sebagai pilar ekonomi desa yang lebih resilien dan responsif terhadap dinamika pola konsumsi masyarakat. Secara keseluruhan, program pengabdian ini membuktikan bahwa optimalisasi potensi lokal dengan metode ABCD melalui inovasi yang praktis namun strategis merupakan langkah efektif untuk memajukan industri pangan tradisional. Harapannya, pengembangan rempeyek bundar ini dapat berjalan secara konsisten demi terciptanya stabilitas dan penguatan ekonomi masyarakat Desa Merkawang dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Merkawang, Kecamatan Tambakboyo, dapat disimpulkan bahwa pengembangan rempeyek bundar melalui diversifikasi rasa dan topping dapat diterapkan secara efektif dengan memanfaatkan potensi yang telah dimiliki oleh UMKM setempat. Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) mampu mengoptimalkan keterampilan sumber daya manusia, ketersediaan peralatan, serta sistem produksi yang telah berjalan tanpa memerlukan perubahan mendasar. Pengembangan produk melalui penambahan varian rasa pedas boncabe dan topping rebon kering menghasilkan rempeyek dengan cita rasa yang lebih beragam dan tampilan yang lebih menarik, namun tetap mempertahankan karakteristik renyah dan gurih. Pelaku usaha, khususnya Hartatik Catering di bawah naungan UMKM Tuwuh Mandiri, menunjukkan tanggapan positif karena inovasi tersebut mudah diterapkan dan memiliki potensi meningkatkan daya saing produk. Secara umum, penerapan variasi rasa dan topping ini menjadi strategi yang tepat dalam menambah nilai jual, memperluas peluang pasar, serta mendukung penguatan perekonomian masyarakat Desa Merkawang secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Andini, R. N. ... Sulaeman, I. 2023. STRATEGI INOVASI PRODUK DIVERSIFIKASI UNTUK MENCIPTAKAN KEUNIKAN DALAM BRANDING UMKM DI DESA TUNDAGAN. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(4), 770–780. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v4i4.2256>
- Hardono, G. S. 2016. Strategi Pengembangan Diversifikasi Pangan Lokal. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.21082/akp.v12n1.2014.1-17>
- Masrukan ... Bahri. 2025. Inovasi Diversifikasi Produk Pangan Fungsional Berbasis EmponEmpon Lokal sebagai Strategi Ketahanan Pangan di Kelurahan Kedungkeris Kecamatan Nglipar, Gunung Kidul. *Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna*, 7(2), 1–8. <https://doi.org/10.37631/psk.v7i2.2091>
- Ningrum, M. P. ... Pujirahayu, S. 2024. Tingkat Penerimaan Konsumen dan Karakteristik Mutu Produk Inovasi Rempeyek Ikan. *APMa Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 101–111. <https://doi.org/10.47575/apma.v4i2.582>
- Novita, N., dan Sundari, R. 2025. PENINGKATAN NILAI TAMBAH PRODUK PANGAN OLAHAN JAJANAN PASAR BERBAHAN LOKAL. *Jurnal Pengabdian Kompetitif*, 4(1), 111–119. <https://doi.org/10.35446/pengabdiankompetif.v4i1.2308>
- Nurulrahmatiah, N., dan Sausan, Z. 2025. Inovasi Produk, Kemasan dan Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Kelurahan Kariajawa Dompur, 2(3).
- Sundari, S. ... Nasution, M. A. A. I. 2025. Inovasi Dalam Meningkatkan Nilai Jual Tempe Sebagai Salah Satu Komoditas Utama Umkm Di Desa Simpang Empat Kab. Labuhanbatu Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2), 2387–2392. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i2.5899>