

NASKAH ORISINAL

Pelatihan Pemberdayaan Usaha Kreatif dan Inovatif dalam Pembuatan Makanan Ringan dengan Lima Varian Rasa di Desa Ceweng Diwek Jombang

Eko Minarto^{1,*} | Agus Purwanto | Yanurita Dwi Hapsari | F Faridawati

Departemen Fisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

Korespondensi

*Eko Minarto, Departemen Fisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia. Alamat e-mail: minarto@physics.its.ac.id

Alamat

Laboratorium Geofisika, Departemen Fisika, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia.

Abstrak

Fenomena perubahan perilaku belanja masyarakat, menjadi faktor utama dilakukannya pelatihan pemberdayaan usaha kreatif dan inovatif dalam pembuatan makanan ringan aneka kripik ini. Sentuhan kreatifitas dan inovasi dalam produk yang dijual perlu diberikan, agar produk yang ditawarkan menarik minat pembeli dan memiliki jangkauan pemasaran yang luas. Pelatihan pembuatan makanan ringan aneka kripik ini meliputi cara pembuatan makanan ringan dengan berbagai macam rasa, yaitu rasa original, pedas, manis, keju dan barbeque. Dari aspek kreatifitas kami memberikan sentuhan kreatifitas desain *packaging* serta inovasi pada model pemasaran digital. Mitra pada pelatihan ini adalah 24 orang Ibu-ibu rumah tangga di Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Berdasarkan analisa kuisioner terkait kebermanfaatan pelatihan, materi pelatihan, dan kemampuan instruktur, yang disebarkan kepada peserta pelatihan, diperoleh hasil rata-rata sebesar 87,5% merasa puas terhadap pelatihan yang dilakukan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa pelatihan ini berhasil dan memberikan manfaat bagi Ibu-ibu rumah tangga yang berada di Desa Ceweng.

Kata Kunci:

Kreativitas, Inovasi, Makanan ringan modern, Pemasaran digital, Pemberdayaan Masyarakat

1 | PENDAHULUAN

1.1 | Latar Belakang

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, hingga Februari 2023 jumlah pengangguran sebanyak 7,99 juta orang, menurun 410 ribu orang dari Februari 2022 sejumlah 8,40 juta orang^[1]. Meskipun terjadi penurunan, namun bisa dikatakan angka pengangguran di Indonesia masih sangat besar. Penyebab tingginya angka pengangguran di Indonesia karena masih banyak masyarakat

Indonesia yang tidak memenuhi kebutuhan pasar lapangan pekerjaan. Banyaknya pengangguran tentu saja akan mempengaruhi kondisi ekonomi suatu bangsa. Berdasarkan badan pusat statistik RI tahun 2023, kondisi perekonomian global saat ini sedang menurun, meskipun pada akhir tahun 2022 perekonomian menunjukkan tanda-tanda kenaikan, namun sampai tahun 2023 perekonomian global masih menunjukkan ketidakpastian, dimana pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2023 tidak lebih dari 3%. Berakhirnya pandemi tidak serta merta membuat perekonomian bisa menjadi pulih. Keberadaan pasar tradisional dimana pedagang dan pembeli saling berinteraksi mulai tergantikan dengan adanya pasar modern^[2] dan interaksi model pembelian dan penjualan secara digital^[3]. Penurunan kinerja pasar tradisional sebenarnya tidak sepenuhnya disebabkan oleh hadirnya pasar modern. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar^[4]. Adanya model pemasaran digital tanpa disadari lambat laun hal ini semakin menyingkirkan pelaku ekonomi terutama untuk usia 40 keatas. Dimana pada usia 40 keatas sudah semakin susah dan malas untuk belajar model-model pemasaran digital, dampaknya tentu saja menambah jumlah pengangguran terutama di pedesaan. Salah satu cara untuk mengatasi problem ini adalah mendorong investasi di sektor-sektor yang menjanjikan lapangan kerja baru, meningkatkan akses pendidikan dan pelatihan keterampilan yang dibutuhkan di pasar kerja. dan memperluas kesempatan kerja di sektor informal^[5].

Sebagai salah satu bentuk dukungan kepada pemerintah dalam menanggulangi problem banyaknya pengangguran di Indonesia, maka kami memberikan pelatihan ini. Dimana pelatihan terpadu ini memberikan pelatihan kepada ibu-ibu rumah tangga yang ada di Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang, dengan harapan ibu-ibu rumah tangga ini bisa menghasilkan pendapatan untuk membantu perekonomian keluarga. Jenis pelatihan yang diberikan meliputi 2 bagian yaitu pelatihan membuat olahan makanan ringan berupa kripik yang menggunakan bahan utama pisang, sukun, ketela, dan ubi. Pemilihan kripik sebagai obyek pelatihan, dikarenakan hasil pertanian pisang, sukun, ketela dan ubi sangat mudah didapatkan diwilayah Jombang dan sekitarnya, dengan harga yang relatif murah dan merupakan hasil pertanian yang tidak mengenal musim. Pada musim penghujan ataupun musim kemarau hasil pertanian ini tetap tersedia di pasaran. Masing-masing kripik yang diolah dilanjutkan dengan pemberian lima varian rasa yaitu rasa original, rasa pedas, rasa manis, rasa keju dan rasa barbeque. Bagian kedua dari pelatihan yaitu pelatihan pemasaran digital melalui aplikasi Shopee, Tik-tok, Instagram dan WhatsApp dengan langkah awal membuat lapak penjualan.

1.2 | Solusi Permasalahan atau Strategi Kegiatan

Salah satu usaha untuk membantu mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan perekonomian masyarakat adalah dengan memberikan pelatihan keterampilan yang dibutuhkan di pasar kerja. Maka dari itu kegiatan pengabdian masyarakat ini selain memberikan pelatihan cara membuat olahan makanan ringan kripik dengan berbagai macam rasa, masyarakat juga dilatih untuk membuat dan menjalankan model pemasaran digital. Jenis pelatihan yang diberikan adalah pembuatan kripik pisang, kripik sukun, kripik ketela, dan kripik ubi dengan berbagai macam rasa yaitu, rasa original, rasa pedas, rasa manis, rasa keju dan rasa barbeque. Model pemasaran yang digunakan, selain dijual secara langsung ke konsumen dengan membuka lapak dan dititipkan ke toko-toko seperti Indomaret dan Alfamart, juga dilakukan model pemasaran digital melalui aplikasi Shopee, Tik-tok, Instagram, Facebook, dan Whatsapp.

1.3 | Target Luaran

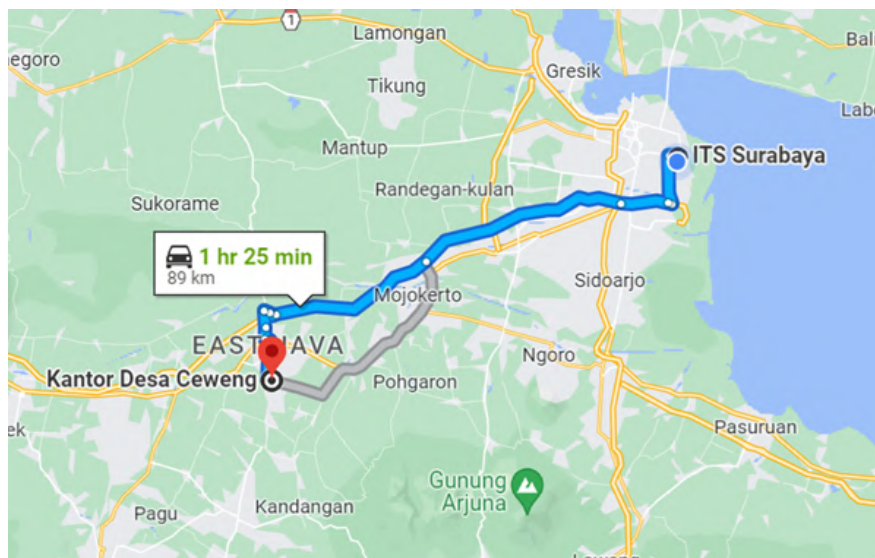
Target luaran yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah diharapkan terjadi transfer ilmu dari dosen dan mahasiswa KKN abmas ITS tentang pengolahan makanan ringan aneka kripik, beserta cara pembuatan desain kemasan dan pembuatan *platform* pemasaran digital yang siap digunakan untuk memasarkan produk hasil pelatihan.

2 | TINJAUAN PUSTAKA

Pertumbuhan penduduk yang tidak sebanding dengan pertumbuhan ekonomi sering menimbulkan persoalan baru di masyarakat. Lapangan pekerjaan yang sulit menjadi harapan bagi sebagian orang untuk mendapatkannya dan terkadang harus bersaing untuk mendapatkannya. Di sini perlu sebuah kreativitas/ide untuk mencari peluang bahkan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Sebuah keharusan bagi setiap individu/instansi untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan dalam rangka menciptakan sebuah tatanan kehidupan seimbang. Pelatihan terpadu pemberdayaan usaha kreatif dan inovatif pembuatan makanan ringan berusaha mencari peluang dan menjawab tantangan yang ada. Beberapa jenis pelatihan olahan makanan ringan telah banyak dilakukan

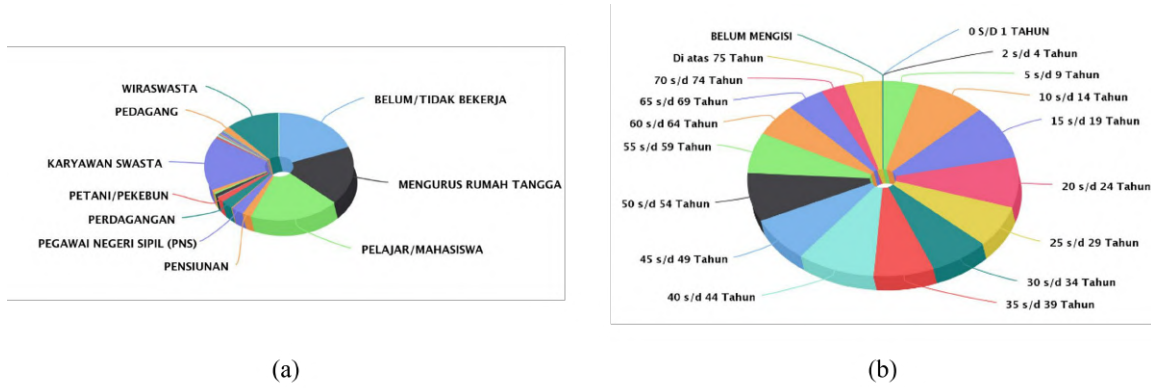
oleh lembaga-lembaga permasyarakatan, baik yang bersifat mandiri atau melalui skema pembiayaan dari pemerintah. Beberapa contohnya adalah pelatihan pembuatan kripik dari biji nangka di Dusun Sukorejo Tulungagung^[6]. Pelatihan olahan kreativitas pisang nugget^[7], Pelatihan pembuatan kripik pisang dan kue kering^[8], serta banyak lagi yang lainnya. Sebagian kalangan masyarakat menganggap bahwa usaha aneka kripik merupakan usaha yang musiman, hal itu disebabkan karena bahan baku pembuatan kripik itu sendiri, munculnya juga musiman. Seperti kripik nangka, kripik apel, kripik manga, dimana bahan dasarnya menunggu masa berbuahnya tanaman tersebut. Karena sifatnya musiman maka aneka kripik tidak dapat dijadikan sebagai sumber mata pencaharian yang bisa diandalkan setiap tahunnya. Atas dasar terbut maka pelatihan pembuatan aneka makanan ringan kripik ini, dibuat dengan bahan dasar yang munculnya tidak musiman. Dengan adanya inovasi dan kreativitas yang diterapkan pada makanan ringan ini, diharapkan bisa memberikan angin segar bagi perekonomian masyarakat. Inovasi yang dilakukan bisa dari sisi produksi misalkan inovasi rasa, kemasan dan label sehingga produk yang dihasilkan lebih meningkatkan daya jual dan menarik pembeli^[9]. Sedangkan dari sisi teknologi yang dipergunakan bisa dari proses produksi misal menggunakan sisitim goreng vakum atau tekanan suhu rendah^[10], dan sisi teknologi pemasaran digital dengan media *online*^{[5][11][12]}.

Desa Ceweng merupakan desa yang terletak di Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang, dan membutuhkan waktu sekitar 1 jam 25 menit dengan mengendarai mobil berangkat dari kampus ITS, seperti yang terlihat pada Gambar (1). Secara umum, dari segi pembangunan yang terjadi di desa tersebut, dari tahun ke tahun mengalami banyak peningkatan baik di bidang ekonomi, sosial maupun lingkungan. Jalanan desa masih banyak didominasi oleh jalan-jalan tanah yang selalu bermasalah saat musim hujan. Gedung dan rumah-rumah sederhana, serta fasilitas sangat terbatas. Demikian pula dari segi ekonomi, pendapatan rata-rata masih cukup rendah dengan SDM yang juga pas-pasan. Lambat laun melalui kerja keras dari seluruh pihak baik masyarakat, BPD dan pemerintah desa serta tekad masyarakat yang mendambakan perbaikan kualitas hidup, maka saat ini hasil pembangunan di berbagai bidang sudah dapat dirasakan dampak positifnya.



Gambar 1 Lokasi Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.

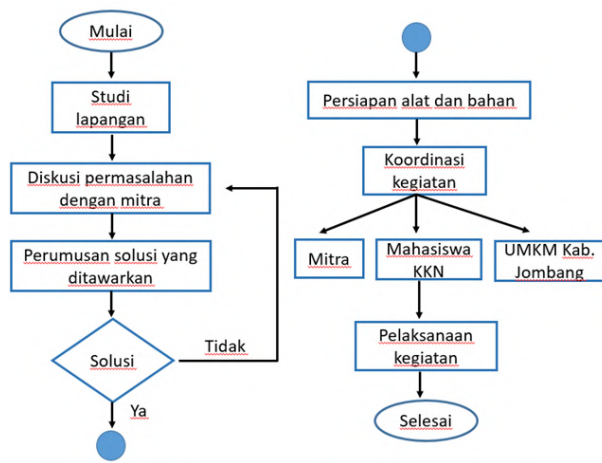
Pada umumnya mata pencaharian penduduk desa Ceweng adalah buruh tani, petani, peternak, pedagang, wiraswasta dan masih banyak penduduk yang belum memperoleh kesempatan bekerja. Total penduduk desa Ceweng yang belum mendapatkan pekerjaan sekitar 860 orang dari 4483 orang (19,18%) seperti yang ditunjukkan pada Gambar (2)a. Dari data kependudukan, desa Ceweng memiliki trend yang sama yaitu jumlah usia produktif lebih banyak dibanding dengan usia anak-anak dan lansia. Jumlah penduduk usia produktif sekitar 2648 Orang dari 4483 orang (54,36%) seperti yang ditunjukkan pada Gambar (2)b. Jumlah penduduk yang berada pada kategori usia produktif, 40-50% diantaranya adalah wanita. Untuk mengkoordinasi kategori usia produktif tersebut terdapat organisasi desa yaitu karang taruna. Kegiatan karang taruna ini lebih banyak pada bidang olahraga dengan membentuk klub bola voli dan sepakbola. Peluang untuk pemberdayaan dalam bidang lainnya sangatlah luas, terutama kategori usia produksi yang belum memiliki pekerjaan.



Gambar 2 Demografi penduduk Desa Ceweng berdasarkan pekerjaan (a) dan usia (b).

3 | METODE KEGIATAN

Berangkat dari permasalahan yang terdapat di Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang, terdapat peluang untuk mengadakan pelatihan terpadu pemberdayaan usaha kreatif dan inovatif dalam pembuatan makanan ringan aneka kripik siap jual. Dimana pelatihan terpadu ini memberikan pelatihan kepada ibu-ibu rumah tangga yang ada di Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang, dengan harapan ibu-ibu rumah tangga ini bisa menghasilkan pendapatan untuk membantu perekonomian keluarga. Jenis pelatihan yang diberikan meliputi 2 bagian yaitu pelatihan membuat olahan makanan ringan berupa kripik yang menggunakan bahan utama pisang, sukun, ketela, dan ubi, dengan berbagai macam rasa yaitu, rasa original, rasa pedas, rasa manis, rasa keju dan rasa barbeque. Bagian kedua yaitu pelatihan pemasaran digital melalui aplikasi Shopee, Tik-tok, Instagram dan WhatsApp. Sebanyak 14 Mahasiswa KKN Departemen Fisika, selama satu bulan mendampingi Ibu-ibu dalam rangka mengembangkan kemampuan dalam pemasaran digital, serta desain kemasan. Dan puncaknya pada tanggal 19-20 Agustus 2023 dilakukan pelatihan pembuatan aneka kripik dengan lima varian rasa yang telah disebutkan sebelumnya. Sebanyak 24 orang ibu-ibu di Desa Ceweng diberikan pelatihan bagaimana mengolah bahan pisang, sukun, ketela, dan ubi, untuk menjadi kripik yang memiliki rasa enak dan layak jual. Untuk mendukung produk yang berkualitas, kami mendatangkan tutor dari UMKM kabupaten Jombang, yang telah berpengalaman dalam memberikan pelatihan-pelatihan dalam bidang olahan makanan. Secara garis besar metode kegiatan yang kami lakukan bisa dilihat pada Gambar (3).



Gambar 3 Alur metode kegiatan pengabdian masyarakat.

4 | HASIL DAN DISKUSI

Pelatihan terpadu pemberdayaan usaha kreatif dan inovatif dalam pembuatan makanan ringan aneka kripik dilaksanakan pada akhir bulan juli hingga bulan Agustus, dengan total waktu selama 1 bulan. Kegiatan yang dilakukan berupa pelatihan pembuatan *platform* pemasaran digital serta pembuatan desain kemasan, dan puncak kegiatan dilaksanakan selama 2 hari yaitu tanggal 19-20 Agustus 2023 yaitu pelatihan pembuatan aneka kripik dari pisang, sukun, ketela, dan ubi dengan berbagai varian rasa, yaitu rasa original, rasa pedas, rasa manis, rasa keju dan rasa barbeque. Sedangkan untuk desain kemasan produk oleh teman-teman mahasiswa KKN dibuat dengan konsep sesederhana mungkin tapi menarik, dengan mempertimbangkan masukan dari ibu-ibu peserta pelatihan. Dari sisi pemasaran digital, Mahasiswa KKN memberikan pelatihan dan pendampingan kepada ibu-ibu peserta pelatihan bagaimana cara membuat *platform* pemasaran di Shopee, Tik-tok, Instagram dan WhatsApp serta Facebook. Selain menggunakan model pemasaran digital juga dilakukan jenis pemasaran konvensional dimana produk yang dihasilkan dijual secara langsung ke konsumen dengan membuka lapak dan dititipkan ke toko-toko seperti Indomaret dan Alfamart.

Gambar (4) menunjukkan proses pelatihan pengolahan aneka kripik dari pisang, sukun, ketela, ubi, yang dilaksanakan pada tanggal 19-20 Agustus. Proses pengupasan, pemotongan, perendaman dan pengorengan untuk pisang, ketela dan ubi dilaksanakan pada hari pertama pelatihan, lalu dilanjutkan untuk sukun pada hari kedua, dilanjutkan dengan proses pemberian aneka rasa untuk semua kripik serta penimbangan dan *packaging* yang juga dilaksanakan pada hari kedua pelatihan.



Gambar 4 Proses pelatihan pengolahan aneka kripik dari pisang, sukun, ketela, ubi di Desa Ceweng Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang.

Gambar (5) menunjukkan hasil desain kemasan yang telah berhasil dibuat oleh mahasiswa KKN dengan mempertimbangkan masukan dari ibu-ibu peserta pelatihan. Ide warna gambar disesuaikan dengan warna bahan dasar yang digunakan sebagai olahan kripik, sedangkan ide tulisan IT'S selain merujuk pada kata hubung menunjukkan sesuatu juga merujuk secara tersirat kata ITS yang apabila dikemudian hari produknya telah berhasil dikenal luas, masyarakat mengetahui bahwa keberadaan produk tersebut tercipta karena campur tangan ITS melalui program pengabdian masyarakat yang ditunjukkan melalui logo di atas kiri. Gambar (6) adalah produk jadi hasil olahan aneka kripik, yang telah di *packaging* dan siap untuk dipasarkan.

Sedangkan untuk model pemasaran digital, dalam hal ini diambil salah satu contoh jenis pemasaran digital melalui *platform* Shopee, yang bisa dilihat pada link: https://shopee.co.id/product/1044884842/23476982383?d_id=e45ea&utm_content=4E6ePmRgVcDSJtYKkXteKGpW3NX. Untuk model pemasaran digital melalui aplikasi Shopee yang telah berhasil dibuat, bisa dilihat pada Gambar (7).

Indikator untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu pelatihan, salah satunya adalah dilihat dari respon peserta pasca pelatihan. Hasil survei yang dilakukan yaitu dengan menyebarkan angket kepada peserta pelatihan, serta permintaan untuk menuliskan pesan dan kesan terhadap kegiatan pelatihan. Dari hasil survei angket yang diberikan, kami mengambil 3 pokok utama sebagai pembahasan, yaitu terkait kebermanfaatan pelatihan, materi pelatihan dan Kemampuan instruktur dalam memberikan pelatihan. Dilihat dari point kebermanfaatan pelatihan dan kemampuan instruktur dalam memberikan pelatihan, sebanyak 87,5% dari peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat, dan Instruktur memiliki kemampuan yang sangat bagus dalam memberikan pelatihan, namun bila dilihat dari point materi pelatihan hanya sebesar 33,3% yang menyatakan bahwa materinya



Gambar 5 Desain kemasan untuk aneka olahan kripik dari pisang, ubi, ketela, dan sukun.



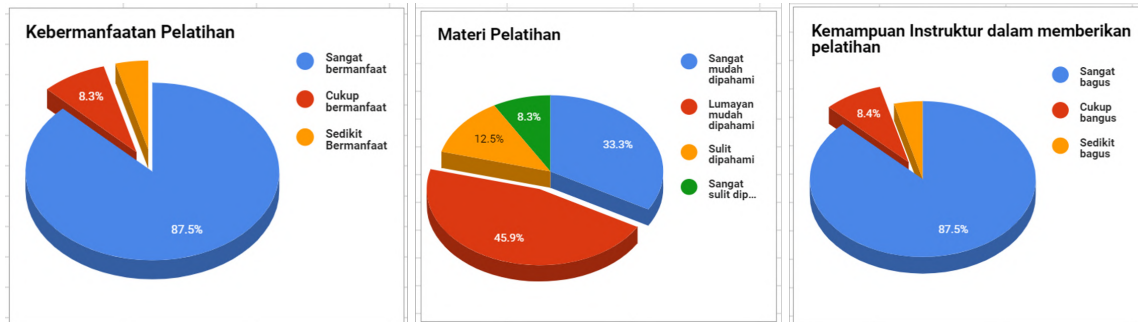
Gambar 6 Produk jadi hasil olahan aneka kripik, yang telah melalui proses *packaging* dan siap untuk dipasarkan.



Gambar 7 Model pemasaran digital melalui *platform* Shopee.

sangat mudah dipahami, sedangkan prosentasi terbanyak sebanyak 45,9% menyatakan bahwa materinya lumayan mudah dipahami. Setelah dilakukan dialog kepada peserta pelatihan, hampir keseluruhan dari peserta menyatakan bagian tersulit dari materi pelatihan adalah pada sesi hari kedua yaitu tentang pemasaran digital, dimana Ibu-ibu peserta pelatihan diajari cara membuka

lapak di *platform* Shopee dan diajari cara untuk melakukan promosi dagangan pada *platform* media sosial Instagram dan Tik-Tok. Hal ini bisa dipahami, karena sebagian besar dari Ibu-ibu peserta pelatihan bukanlah pengguna aktif media sosial, dan sebagian besar menggunakan HP hanya sebatas sebagai sarana telekomunikasi saja.



Gambar 8 Prosentasi kuisioner pasca pelatihan.

5 | KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pelatihan terpadu pemberdayaan usaha kreatif dan inovatif dalam pembuatan makanan ringan aneka kripik adalah berupa produk makanan ringan dalam kemasan dengan kualitas yang bagus (premium) dan dengan kemasan yang menarik. Dengan produk yang telah dihasilkan tersebut telah dilakukan pemasaran baik secara *offline* dengan dititipkan di beberapa toko disekitar Desa Ceweng, dan secara *online/digital* menggunakan media sosial yang ada melalui aplikasi Shopee, Tik-tok, Instagram, Facebook dan Whatsapp. Model pemasaran digital dirasa mampu membantu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam mempertahankan bisnis dan memperluas jangkauan pemasaran, sehingga sangat penting kemampuan ini untuk dimiliki oleh pelaku UMKM. Dari hasil survey kuisioner yang diberikan kepada para peserta pelatihan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini dikatakan berhasil dan mampu memberikan manfaat bagi Ibu-ibu rumah tangga yang berada di Desa Ceweng. Harapannya kegiatan ini dapat terus berlanjut dan berkesinambungan, sehingga tujuan semula untuk membantu meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat bisa tercapai.

6 | UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) yang telah memberikan dukungan dan hibah dana pengabdian masyarakat berbasis produk tahun 2023, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa berjalan dengan lancar

Referensi

1. Badan Pusat Statistik. Neraca Rumah Tangga Indonesia 2020-2022 2023;.
2. Rachmat HB. KEBERADAAN PASAR TRADISIONAL BERSAING DI TENGAH-TENGAH PASAR MODERN. Jurnal Otonomi & Keuangan Daerah 2018;p. 1–17.
3. Sari SP. Strategi meningkatkan penjualan di era digital. Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business 2020;3(3):291–300.
4. Sarwoko E. Dampak keberadaan pasar modern terhadap kinerja pedagang pasar tradisional di wilayah Kabupaten Malang. Jurnal Ekonomi Modernisasi 2008;4(2):97–115.

5. Dinar MI, Sifa N, Nurfaahmiyati N. Strategi Dalam Mengatasi Pengangguran Akibat Covid-19 Di Kelurahan Sukagalih Kota Bandung. *Bina Ekonomi* 2022;26(1):63–75.
6. Berlin B, Suharto A, Suhendri S. Peran UMKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Inovasi Produk Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 2022;22(1).
7. Fajri I, Gustian A, Santika FT, et al. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERHADAP NILAI JUAL SUMBER DAYA ALAM MELALUI INOVASI EKONOMI KREATIF PISANG NUGGET. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 2018;2(3).
8. Yulianingsih I, Damayanti A, Zaitun Z, Najiyah A, Hidayat DP. Pengembangan Potensi Hasil Kebun Menjadi Inovasi Produk Makanan Ringan sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat. In: *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, vol. 1; 2020. .
9. Yuliani R, Widyakanti W. Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan* 2020;2(2):71–76.
10. Ramadhan RC, Utami SA, Mutiarani M, et al. PENGEDUKASIAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK DI ERA DIGITAL MELALUI WEBINAR ATAUPUN SEMINAR. In: *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, vol. 1; 2022. .
11. Siagian AO, Martiwi R, Indra N. Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 2020;3(3):44.
12. Jatmiko NS. Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat* 2022;4(2):253–266.

Cara mengutip artikel ini: Minarto, E., Purwanto, A., Hapsari, Y.D., Faridawati, F., (2024), Pelatihan Pemberdayaan Usaha Kreatif dan Inovatif dalam Pembuatan Makanan Ringan dengan Lima Varian Rasa di Desa Ceweng Diwek Jombang, *Sewagati*, 8(1):1221–1228, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v8i1.822>.