

## Membangun Kreativitas dan Ekonomi Masyarakat Desa Pasiran Melalui Pengolahan Keripik Pare

Nelly

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis  
[nellyalvath@gmail.com](mailto:nellyalvath@gmail.com)

Nurul Aziana

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis  
[nurullaziana33@gmail.com](mailto:nurullaziana33@gmail.com)

Jl. Lembaga, Senggoro, Kec. Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau 28714

**Abstract.** *Pasiran Village is one of the areas in Bantan District, Bengkalis Regency, which is actively cultivating various plants through millennial farmer groups, one of which is bitter melon. Pare is a vegetable with a bitter taste and is less popular with the public, even though the properties contained therein are very many. So that the people in Pasiran Village are creative by processing bitter melon into delicious and tasty snacks, namely chips. This study aims to find out in depth about the processing of pare into chips and the marketing of processed bitter melon chips to the community so as to improve the community's economy. This study used qualitative methods which were analyzed descriptively. The method of data collection is done by library research (library research). The results and discussion show that bitter melon chips are a creativity and innovation from the people of Pasiran Village to utilize agricultural products in their area. In addition, the large amount of nutritional content in bitter melon makes people creative by making it a processed product to be consumed without the bitter taste, namely chips. Bitter melon processing must be done correctly so that it is not bitter. The process of processing bitter melon into chips also goes through very long stages. In addition, chip manufacturers also provide creations by adding flavor powder to bitter melon chips to attract consumers. The packaging process is also a matter of concern to attract consumer interest. While product marketing is done directly by word of mouth and in certain events. In addition, manufacturers also sell products through various social media platforms. Increasing the number of pare chip enthusiasts will have an impact on the economic progress of the Pasiran village community, especially the bitter melon chip producers*

**Keywords:** *Bitter Melon Chips; Creativity; Economy; Pasiran Village*

**Abstrak.** Desa Pasiran merupakan salah satu wilayah di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis yang giat membudidayakan berbagai tanaman melalui kelompok tani milenial, salah satunya tanaman pare. Pare merupakan sayuran dengan rasa pahit dan kurang digemari masyarakat, meskipun khasiat yang terkandung didalamnya sangat banyak. Sehingga masyarakat di Desa Pasiran berkreasi dengan mengolah pare menjadi makanan ringan yang enak dan gurih yaitu keripik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam mengenai pengolahan pare menjadi keripik serta pemasaran produk olahan keripik pare kepada masyarakat sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dianalisis secara deskriptif. Adapun metode pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan (*library research*). Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa keripik pare merupakan suatu kreativitas dan inovasi dari

masyarakat Desa Pasiran untuk memanfaatkan hasil pertanian di daerahnya. Selain itu, banyaknya kandungan gizi dalam pare membuat masyarakat berkreasi dengan menjadikannya sebagai produk olahan untuk dikonsumsi tanpa rasa pahit yaitu keripik. Proses pengolahan pare harus dilakukan dengan benar agar tidak pahit. Proses pengolahan pare menjadi keripik juga melalui tahapan yang sangat panjang. Selain itu, produsen keripik juga memberikan kreasi dengan menambahkan bubuk perasa pada keripik pare untuk menarik konsumen. Proses pengemasan juga menjadi suatu hal yang diperhatikan untuk menarik minat konsumen. Sedangkan pemasaran produk dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut dan dalam *event-event* tertentu. Selain itu, produsen juga menjual produk melalui berbagai *platform* sosial media. Peningkatan jumlah peminat keripik pare, akan memberikan dampak bagi kemajuan perekonomian masyarakat desa Pasiran, khususnya para produsen keripik pare.

**Kata Kunci:** Keripik Pare; Kreativitas; Ekonomi; Desa Pasiran

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang mempunyai sumber daya alam terbesar di dunia dan negara agraris dimana sebagian masyarakat bekerja pada sektor pertanian.<sup>1</sup> Desa Pasiran merupakan salah satu wilayah yang ada di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis yang mempunyai penduduk dengan mata pencaharian sebagai petani. Meskipun jumlahnya tidak terlalu banyak, namun masyarakat desa Pasiran mempunyai kemampuan untuk melakukan pengolahan dan pengembangan terhadap hasil pertanian menjadi sebuah produk dengan nilai jual yang lebih tinggi.

Salah satu hasil pertanian yang dijadikan sebagai sumber pendapatan masyarakat adalah pare. Pare merupakan salah satu jenis sayuran berwarna hijau dan mempunyai rasa yang pahit sehingga banyak tidak digemari oleh masyarakat. Padahal sayuran pare mempunyai kandungan yang baik untuk kesehatan tubuh di balik rasanya yang pahit.<sup>2</sup> Pare mengandung banyak vitamin dan mineral seperti vitamin A, vitamin B1, vitamin B2, vitamin C, kalium, kalsium, seng, zat besi, tembaga, fosfor, dan asam linoleat.<sup>3</sup> Sayuran ini juga mengandung berbagai manfaat antara lain mengobati penyakit diabetes, *dismennorrhoea*, dan sariawan. Meskipun banyak khasiat yang terkandung dalam pare, namun masyarakat belum berinovasi

---

<sup>1</sup> S Kurnia, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi* 1, no. 6 (2023): 805–812.

<sup>2</sup> Rabiatul Amini et al., "Kripik Pare: Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Gontoran Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat," *Jurnal Wicara Desa* 1, no. 1 (2023): 88–92.

<sup>3</sup> S. Cholifah and P. Yanik, "Pengembangan Usaha Mikro Dan Menengah Pada Kelompok Usaha Kripik Pare Sidoarjo Jawa Timur," *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)* 6, no. 1 (2018): 8–11.

terhadap tanaman pare dengan mengolahnya menjadi suatu produk yang dapat dikonsumsi oleh berbagai kalangan.

Banyaknya tanaman pare di Desa Pasiran membuat masyarakat menumbuhkan kreativitas untuk mengolah pare menjadi suatu produk yang mempunyai nilai/harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan menjual pare dalam bentuk mentah. Di samping itu, masyarakat juga perlu melakukan beberapa percobaan untuk menghasilkan produk olahan dari pare dengan cita rasa yang enak tanpa adanya rasa pahit dari pare tersebut. Hal ini dikarenakan masyarakat pada umumnya beranggapan pare adalah sayuran yang pahit yang kurang disukai khususnya oleh kalangan muda dan anak-anak.<sup>4</sup>

Melihat perkembangan usaha kuliner terutama makanan ringan membuat masyarakat Desa Pasiran menciptakan sebuah ide untuk menjadikan pare sebagai olahan makanan ringan yang mempunyai daya jual tinggi, agar mampu meningkatkan pendapatan/penghasilan. Masyarakat kemudian mengolah pare menjadi cemilan yang enak dan gurih, yaitu keripik. Keripik pare ini menjadi primadona dan oleh-oleh khas dari Kabupaten Bengkalis, khususnya desa Pasiran. Banyak orang yang penasaran terhadap rasa keripik pare sehingga membeli produk tersebut. Pada umumnya, masyarakat cenderung lebih menggemari makanan ringan yang unik dan berbeda. Masyarakat desa Pasiran melakukan terobosan dengan memanfaatkan sayuran pare menjadi cemilan dengan kandungan gizi yang tinggi.<sup>5</sup>

Pengolahan keripik pare ini masih dalam kapasitas *home industry* dan penjualannya dilakukan melalui UMKM atau warung-warung serta dilakukan secara *online* melalui *whatsapp*, *instagram*, *facebook*, dan sosial media lainnya. Hal ini dilakukan agar produk ciri khas desa Pasiran ini lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga dapat semakin berkembang. Selain itu, kelompok pembuat produk olahan dari pare juga selalu menghadiri bazar-bazar dengan membawa produk keripik pare ini. Hasil olahan pare yang semakin berkembang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji secara mendalam mengenai pengolahan pare menjadi keripik serta pemasaran produk olahan keripik pare kepada masyarakat sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat. Penelitian ini

---

<sup>4</sup> Edwin Permana, Intan Lestari, Lenny Marlinda, Indra Lasmana Tarigan, and Yoga Andika, Oel Taradepa, Adhitya Eko Bagus, "Peningkatan Dan Pemberdayaan Industri Keripik Pare Di Jambi," *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)* 2 (2019): 1176–1180.

<sup>5</sup> Ibid.

menggunakan penelitian kualitatif yang dianalisis secara deskriptif. Adapun metode pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan (*library research*). Penulis menemukan dari buku-buku, jurnal-jurnal terbaru dan relevan, serta sumber lainnya, seperti surat kabar, berita dari *website*, *facebook*, dan sebagainya. Guna mendapatkan data/informasi yang valid, penulis melakukan penggabungan terhadap keseluruhan sumber data untuk dilakukan analisa yang kemudian dijadikan sebagai bahan untuk penulisan ini.

## PEMBAHASAN

### Kreativitas Pengolahan Pare

Pare mempunyai nama latin *Momordica charantia L* termasuk dalam familia *Cucurbitaceae*. Nama lokal pare antara lain paria (Sunda), paria (Bugis), pepareh (Madura), kambeh (Minangkabau), paya (Nusa Tenggara), dan sebagainya. Pare merupakan salah satu jenis tanaman merambat yang biasanya digunakan untuk bahan pangan dan pengobatan serta menjadi sumber gizi alternatif yang dapat dikonsumsi. Pare mempunyai gizi yang tinggi, diantaranya anti oksidan eksogen yang dapat menurunkan aktivitas virus sehingga perkembangan virus dapat ditekan.<sup>6</sup> Buah pare juga mengandung vitamin A, B, dan C, kalsium, fosfor, besi dan zat putih telur. Vitamin dapat meringankan dan memperpendek lamanya penyakit, memperkecil infeksi sampingan pada penyakit yang menunjukkan resistensi.

Banyaknya manfaat yang terkandung dalam sayuran pare membuat masyarakat di Desa Pasiran mengembangkan kreativitas dengan mengolah pare menjadi suatu produk yang dapat dikonsumsi. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, sebagai kemampuan untuk memberi gagasan baru yang dapat diterapkan dalam pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan baru antara unsur yang sudah ada sebelumnya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Harti Oktarina et al., "Pemberdayaan Kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan Keripik Pare Di Kelurahan Karunrung, Kota Makassar," *Malebbi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* (n.d.): 106–111.

<sup>7</sup> Utami Munandar, *Mengembangkan Bakat Dan Kreativitas Anak Sekolah* (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2020).

Masyarakat desa Pasiran menjadikan pare sebagai bahan dasar keripik karena belum banyak kelompok masyarakat yang mengolahnya. Kreasi terhadap sayuran pare dilakukan agar pare dapat dikonsumsi tanpa rasa pahit dan disukai berbagai kalangan mulai dari anak kecil hingga orang dewasa. Olahan keripik pare diharapkan mampu membuat pare mempunyai nilai ekonomis yang lebih tinggi daripada hanya dijual dalam bentuk sayuran mentah saja.

Pengolahan keripik pare oleh masyarakat desa Pasiran bertujuan untuk meningkatkan sumber daya manusia dan kemampuan masyarakat dalam melakukan sebuah usaha. Di samping itu, pengembangan olahan keripik pare diharapkan mampu memberikan pemasukan/penghasilan tambahan kepada masyarakat. Salah satu masyarakat desa Pasiran yang mengolah pare menjadi keripik yaitu Siti Mardiah.

Dalam pembuatan keripik pare, banyak tahapan yang harus dilakukan oleh pengolah, mulai dari persiapan bahan baku hingga pemasaran produk. Hal pertama yang harus dilakukan oleh pengolah keripik adalah menyiapkan bahan utama, yaitu pare. Masyarakat desa Pasiran yang mengolah keripik mendapatkan pare dari hasil pertanian yang ada di Desa Pasiran yaitu kelompok tani milenial bernama Kelompok Harapan Bersama. Kelompok tani ini menghasilkan berbagai jenis tanaman selain pare, antara lain timun, jagung, kacang hijau, dan sebagainya.

Berdasarkan pengamatan penulis, setelah mendapatkan bahan baku, tahap selanjutnya yaitu pengolahan keripik. Tahap pengolahan ini merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dari keseluruhan rangkaian proses karena pada tahap ini pengolah menghilangkan rasa pahit yang ada pada pare. Apabila prosesnya tidak tepat, maka rasa pahit dari pare akan merubah cita rasa keripik pare yang gurih dan enak menjadi tidak enak untuk dikonsumsi. Adapun langkah-langkah dalam pengolahan keripik pare, sebagai berikut:

1. Potong pare menjadi dua bagian dan kerok isi dalamnya, lalu cuci hingga bersih.
2. Iris pare dengan alat khusus seperti yang digunakan untuk keripik ubi agar mendapatkan hasil yang sama/seragam. Kemudian beri garam dan air hingga pare terendam, diamkan selama 15-30 menit.
3. Setelah itu air rendaman pare dibuang dan dibilas 2-3 kali dengan air bersih (air baru) sambil sedikit di peras.
4. Rebus air dalam panci hingga mendidih dan matikan apinya.
5. Kemudian rendam pare dalam air mendidih selama 5 menit, lalu angkat dan tiriskan.
6. Cuci pare sebanyak dua kali dan peras hingga kesat.

Setelah dilakukan pengolahan terhadap pare mentah, pengolah keripik menyiapkan adonan untuk membalut pare yang sudah siap untuk digoreng. Pare yang sudah siap olah diberi bumbu, kemudian dicampurkan dalam adonan telur. Setelah merata, balurkan pare ke adonan tepung kering dan goreng hingga matang. Ulangi hingga irisan pare habis.

Masyarakat desa Pasiran membuat olahan keripik pare ini dalam jumlah tidak banyak, karena produk tersebut tidak menggunakan bahan pengawet sehingga daya tahan/daya simpan tidak terlalu lama. Keripik pare dibuat sesuai dengan pesanan konsumen dan pada waktu-waktu tertentu saja, misalnya pada saat akan dilaksanakan pameran, bazar pada MTQ, maupun *event* lain yang memungkinkan untuk dilakukan penjualan terhadap produk olahan tersebut.

Kreativitas masyarakat desa Pasiran tidak berhenti hanya pada pengolahan pare menjadi keripik. Sebelum pengemasan, pengolah menambahkan berbagai varian bubuk perasa untuk menambah cita rasa keripik pare agar semakin gurih. Selain menyediakan varian rasa original, ada pula rasa balado, pedas manis, jagung bakar, jagung manis, dan sebagainya. Menurut penulis, penambahan perasa makanan menjadikan keripik pare semakin enak dan menambah daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk tersebut. Semakin tinggi rasa penasaran konsumen, maka semakin banyak produk yang terjual sehingga penghasilan juga semakin besar.

Pengemasan produk juga tidak kalah penting dari tahapan lainnya. Kemasan produk yang dibuat menarik akan menambah daya tarik konsumen pula. Pengemasan keripik pare dalam kemasan kecil seberat 100 gram, akan tetapi dapat diisi sesuai dengan permintaan konsumen. Menurut penulis, pengemasan produk dalam ukuran kecil mempertimbangkan efisiensi dan menjangkau pasar karena masyarakat mungkin saja baru pertama kali merasakan produk olahan pare sehingga membeli kemasan kecil hanya untuk mencoba. Dalam proses pengemasan, Siti Mardiah menggunakan *standing pouch* dan menyertakan label lengkap dengan komposisi dan kontak yang dapat dihubungi. Menurut penulis, tujuan dimasukkan komposisi dalam label agar konsumen tidak khawatir dengan bahan-bahan produksinya. Dari daftar komposisi dapat dilihat apa saja yang terkandung dalam produk, sehingga kekhawatiran konsumen sedikit berkurang. Penyertaan kontak yang dapat dihubungi juga menjadi jalan bagi perluasan pasaran produk olahan tersebut.



Sumber: *Facebook* Siti Mardiah

Gambar 1.1: Kemasan Keripik Pare

### Pemasaran Keripik Pare

Pengolahan keripik pare yang dilakukan oleh masyarakat desa Pasiran ini masih dalam kapasitas *home industry*, sehingga jangkauannya pasarnya pun belum begitu luas. Salah satu *owner* dari produk olahan pare yaitu Siti Mardiah, akan tetapi ia juga menjual produk-produk olahan lainnya. Sebelum melakukan pemasaran, perlu dilakukan pengenalan terhadap target pasar, artinya pelaku usaha/produsen membidik siapa yang akan menjadi konsumen produknya. Dalam hal ini, produsen memperkirakan bahwa target pasarnya adalah kalangan orang tua (bapak-bapak dan ibu-ibu) serta kalangan anak muda.

Setelah melalui proses yang panjang dari pengolahan pare menjadi keripik hingga pengemasan produk, produsen kemudian memasarkan/menjual produknya dengan berbagai cara. Keripik pare dikemas dalam *standing pouch* dengan berbagai berat, mulai dari 100 gram hingga disesuaikan dengan permintaan pembeli. Keripik pare seberat 100 gram dengan berbagai varian rasa dijual dengan harga Rp12.000. Pada mulanya, keripik pare dijual dengan harga Rp10.000, akan tetapi dengan semakin meroketnya harga bahan-bahan produksi membuat penjual harus menaikkan harga produknya.

Berdasarkan pengamatan penulis, produsen menjual produknya dengan cara *online* melalui *whatsApp*, *Facebook*, dan *instagram*. Hal ini dapat dilihat dari beberapa postingan yang menampilkan produk olahan pare di berbagai sosial media, sebagai berikut:



Sumber: *Instagram BUMDes Pasir Bulan Pasiran*

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa produk keripik pare dipasarkan melalui instagram. Selain melalui instagram pribadinya, produsen juga menjual melalui instagram Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Pasir Bulan Pasiran. Pemasaran melalui instagram diharapkan mampu menjangkau pasaran yang luas. Akan tetapi, penulis berpendapat bahwa pemasaran melalui instagram dengan akun yang belum memiliki banyak pengikut membuat target pasar mungkin tidak dapat tercapai. Terlebih lagi, hanya sedikit akun yang mengikut akun-akun lembaga desa, seperti BUMDes. Instagram juga diidentikkan dengan anak muda, sehingga pemasaran melalui instagram ditargetkan menjangkau kalangan anak muda. Meskipun sudah banyak kalangan orang tua khususnya ibu-ibu yang mengakses instagram.

Selain itu, produk olahan ini juga dipasarkan melalui *facebook*. Pemasaran melalui *facebook* pribadi ini juga dilakukan dengan menandai beberapa akun *facebook* lainnya agar semakin banyak orang yang melihat pemasaran produk tersebut, sehingga merasa penasaran kemudian membelinya.



Sumber: *Facebook* Siti Mardiah

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa ada akun *facebook* milik BUMDes Pasir Bulan Pasiran yang ditandai oleh akun *facebook* penjual keripik pare. Menurut penulis, pemasaran melalui akun *facebook* mempunyai target pasar yang lebih luas karena sifatnya lebih publik dibandingkan dengan *instagram*. Pengamatan penulis membuktikan bahwa komentar-komentar di akun *facebook* penjual berisi orang-orang yang tertarik untuk membeli produk olahan pare yang belum banyak diusahakan oleh masyarakat. Pemasaran melalui *facebook* memungkinkan penjual mendapatkan konsumen lebih banyak yang berdampak pada besarnya penghasilan yang diperoleh.

Jangkauan pasar tidak hanya sampai disitu saja, produsen keripik pare juga sering mengikuti berbagai *event* yang diselenggarakan oleh pihak-pihak tertentu, seperti *stand* bazar di acara MTQ, dan acara lainnya. Dengan mengikuti acara-acara tersebut, keripik pare dapat dikenalkan sebagai produk olahan ciri khas Desa Pasiran. Selain itu, produsen juga mempromosikan produk kepada orang sekitar dari mulut ke mulut. Hal ini dimaksudkan agar penyampaian dilakukan secara terus-menerus secara berantai/estafet dari satu konsumen ke konsumen lainnya, sehingga terjadi peningkatan terhadap permintaan keripik pare.

Menurut penulis, produk olahan yang berasal dari pare saat ini telah menjadi primadona di masyarakat. Masyarakat menggemari makanan ringan ini karena harganya yang relatif murah dan banyak khasiat yang terkandung didalamnya. Apabila target pasar keripik pare ini semakin luas, maka penghasilan yang didapatkan oleh produsen juga semakin banyak. Sehingga berdampak pada kemajuan ekonomi masyarakat yang menggeluti usaha tersebut. Mengingat bahwa tujuan pengolahan pare ini bukan hanya untuk memanfaatkan hasil pertanian di Desa Pasiran, melainkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat agar semakin maju dan lebih baik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut, penulis mengambil kesimpulan bahwa pengolahan tanaman pare menjadi keripik merupakan suatu kreativitas dan inovasi dari masyarakat Desa Pasiran. Banyaknya kandungan gizi dalam sayuran pare membuat masyarakat berkreasi dengan menjadikannya sebagai produk olahan untuk dikonsumsi tanpa rasa pahit yaitu keripik. Proses pengolahan pare harus dilakukan dengan benar agar tidak pahit. Proses pengolahan pare

menjadi keripik juga melalui tahapan yang sangat panjang. Selain itu, produsen keripik juga memberikan kreasi dengan menambahkan bubuk perasa pada keripik pare untuk menarik konsumen. Sedangkan untuk pemasaran produk olahan pare ini dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut dan keikutsertaan dalam penyelenggaraan *event-event* tertentu. Selain itu, produsen juga melakukan penjualan produk melalui sosial media seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsApp*. Peningkatan jumlah peminat keripik pare, akan memberikan dampak bagi kemajuan perekonomian masyarakat desa Pasiran, khususnya para produsen keripik pare.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amini, Rabiatul, Siti Nurul Inayah, Widia Wati, Ayu Prabawati, Syarifah Fatimah, Az Zahra, M Yasin, Deayu Mitha, Lailatul Medina, and Nur Awalia. “Kripik Pare: Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Gontoran Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.” *Jurnal Wicara Desa* 1, no. 1 (2023): 88–92.
- Cholifah, S., and P. Yanik. “Pengembangan Usaha Mikro Dan Menengah Pada Kelompok Usaha Kripik Pare Sidoarjo Jawa Timur.” *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)* 6, no. 1 (2018): 8–11.
- Kurnia, S. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Di Indonesia.” *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi* 1, no. 6 (2023): 805–812.
- Munandar, Utami. *Mengembangkan Bakat Dan Kreativitas Anak Sekolah*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2020.
- Oktarina, Harti, Sri Mukminati, Haris Munandar, and Nur Arisah. “Pemberdayaan Kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan Keripik Pare Di Kelurahan Karunrung, Kota Makassar.” *Malebbi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* (n.d.): 106–111.
- Permana, Edwin, Intan Lestari, Lenny Marlinda, Indra Lasmana Tarigan, and Yoga Andika, Oel Taradepa, Adhitya Eko Bagus. “Peningkatan Dan Pemberdayaan Industri Keripik Pare Di Jambi.” *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)* 2 (2019): 1176–1180.