

Optimizing Purple Sweet Potato Utilization through Processed Product Innovation, Food Safety Education, and Digital Marketing Strategies for Farmers in Gunung Bunder 1 Village, Bogor Regency

Optimalisasi Ubi Ungu melalui Inovasi Produk Olahan, Edukasi Keamanan Pangan, dan Strategi Pemasaran Digital untuk Petani Desa Gunung Bunder 1 Kabupaten Bogor

Asrie Dwi Lestari^{*1}, Nina Septina², Bernadette Victoria³, Susy R. Sanie⁴, Benedicta Evienia⁵

^{1,2}Fakultas Vokasi, Universitas Katolik Parahyangan

³Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Santo Borromeus

^{4,5}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

*E-mail: asrie.lestari@unpar.ac.id¹

Abstract

*This APTIK Community Service Program aims to optimize the potential of purple sweet potato (*Ipomoea batatas* L.) as a leading commodity in Gunung Bunder 1 Village, Pamijahan District, Bogor Regency. The partners in this community service activity are local farmers and members of the PKK (Family Welfare Movement) of Gunung Bunder 1 Village. Although purple sweet potato has high economic and nutritional value, farmers in Gunung Bunder 1 Village still face several challenges in its management, including low selling prices, limited processing skills, inadequate production equipment, and a lack of knowledge regarding digital marketing strategies. This program aims to enhance the capacity of partners through technical training in processing purple sweet potatoes into value-added products (flour, brownies, and cookies), education on food safety, packaging and labeling, as well as strengthening micro-enterprise management and digital marketing. Hands-on practice proved to be highly effective in improving the technical skills and independence of the participants. The results indicate that farmers and PKK members are now able to independently produce and package products, develop new variations of processed purple sweet potato products, and begin utilizing digital platforms for promotion and sales. This program encourages the establishment of community-based enterprises, strengthens the village's economic capacity, and creates opportunities to increase income by sustainably utilizing local potential.*

Keywords: Local product innovation, community service, purple sweet potato, economic growth.

Abstrak

*Pengabdian Kepada Masyarakat APTIK ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi ubi ungu (*Ipomoea batatas* L.) sebagai komoditas unggulan Desa Gunung Bunder 1, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah para petani dan Ibu PKK Desa Gunung Bunder 1. Meskipun ubi ungu memiliki nilai ekonomi dan gizi yang tinggi, petani di Desa Gunung Bunder 1 masih menghadapi kendala dalam pengelolaannya, diantaranya adalah harga jual yang rendah, minim keterampilan pengolahan, terbatasnya alat produksi, dan belum mengetahui strategi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas mitra melalui pelatihan teknis pengolahan ubi ungu menjadi produk bernilai tambah (tepung, brownies, dan kue kering), edukasi keamanan pangan, pengemasan dan pelabelan, serta penguatan manajemen usaha mikro dan pemasaran digital. Praktik langsung sangat efektif meningkatkan keterampilan teknis dan kemandirian mitra. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa petani dan Ibu PKK mampu memproduksi dan mengemas produk secara mandiri, mengembangkan variasi baru olahan ubi ungu, dan mulai memanfaatkan platform digital untuk promosi dan penjualan. Program ini mendorong terbentuknya usaha berbasis komunitas, memperkuat kapasitas ekonomi desa, dan membuka peluang peningkatan pendapatan dengan memanfaatkan potensi lokal secara berkelanjutan.*

Kata kunci: Inovasi produk lokal, pengabdian kepada masyarakat, ubi ungu, pertumbuhan ekonomi.

1. PENDAHULUAN

Mitra kegiatan pada pengabdian ini adalah petani dan Ibu PKK Desa Gunung Bunder 1. Para petani secara rutin menanam umbi-umbian seperti ubi ungu setiap musim tanam. Hasil panen ubi ungu biasanya dijual langsung dalam bentuk mentah kepada tengkulak lokal yang berasal dari dalam maupun luar Desa Gunung Bunder 1. Aktivitas bertani dilakukan secara konvensional dan umumnya berbasis pengetahuan turun-temurun. Mayoritas petani tidak menggunakan pencatatan atau dokumentasi hasil panen, sehingga informasi produksi masih bersifat lisan dan belum terdigitalisasi. Petani banyak yang berada dalam posisi rentan miskin dan rawan pangan (Raharjo et al., 2020)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bogor tahun 2023, mayoritas petani di Kecamatan Pamijahan berada dalam rentang usia produktif, dengan kelompok umur terbanyak 35–44 tahun (603 orang), diikuti oleh usia 25–34 tahun (41 orang), dan 1 orang di kelompok usia 15–24 tahun, sehingga petani di Desa Gunung Bunder 1 memiliki fisik dan mental yang kuat untuk mengikuti workshop dan berinovasi.



Gambar 1. Kunjungan dan Wawancara dengan Staf Desa

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf desa dan data Kartu Tani tahun 2024, diketahui bahwa terdapat sekitar 180 petani aktif di Desa Gunung Bunder 1 yang tergabung dalam 7 kelompok tani. Petani rutin menanam ubi ungu setiap musim tanam dan membudidayakan ikan. Komoditas ubi ungu (*Ipomoea batatas L.*) memiliki nilai ekonomi rendah, namun secara fungsional mengandung zat gizi penting seperti karbohidrat kompleks, serat, vitamin C, dan antosianin yang merupakan antioksidan alami dan memberi warna ungu pada ubi. Antosianin dapat meningkatkan sistem imun, melindungi fungsi hati, dan memiliki efek antiinflamasi. Ubi ungu juga memiliki indeks glikemik rendah (Ariyanto et al., 2023)(García-Martínez et al., 2024).



Gambar 2. Sosialisasi Kegiatan dengan Staf Desa

1. Petani belum memiliki keterampilan teknis dalam mengolah hasil panen ubi ungu menjadi produk olahan bernilai ekonomi seperti tepung, brownies, dan kue kering.
2. Harga jual ubi ungu di tingkat petani sangat rendah dan fluktuatif, bergantung pada tengkulak, dengan kisaran harga Rp2.000–Rp2.500/kg.
3. Tidak/belum adanya workshop atau pendampingan sebelumnya dari pihak desa maupun pemerintah dalam bidang pengolahan hasil pertanian khususnya ubi jalar ungu.
4. Minimnya akses terhadap alat produksi sederhana seperti *slicer*, *food dehydrator*, oven, dan timbangan digital.
5. Petani belum mengenal strategi manajemen usaha dan pemasaran digital untuk memperluas pasar dan menjangkau konsumen secara langsung.



1. Tahap Persiapan
2. Tahap Pelaksanaan Lapangan
 - a. Sosialisasi

- b. Workshop Inovasi Produk Olahan Ubi Ungu
 - d. Edukasi Keamanan Pangan
 - e. Workshop Manajemen Usaha Mikro
 - f. Workshop Pemasaran Digital
3. Tahap Evaluasi
- Evaluasi dilakukan pada pertemuan selanjutnya melalui observasi partisipasi mitra untuk mengetahui pemahaman dan rencana tindak lanjut.

Pendekatan utama yang digunakan adalah edukatif partisipatif berbasis transfer pengetahuan langsung melalui praktik. Inovasi yang ditawarkan mencakup:

- Teknologi tepat guna: penggunaan alat sederhana seperti *slicer*, *food dehydrator*, dan oven gas
- Digitalisasi usaha: pemanfaatan platform gratis (Canva, WhatsApp *Business*, Instagram) untuk desain label, branding, dan pemasaran
- Manajemen mikro skala desa: template pembukuan sederhana untuk pencatatan usaha petani.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop Inovasi Produk Olahan Ubi Ungu

Workshop inovasi produk olahan ubi ungu terdiri dari 2 sesi, yaitu sesi pemaparan materi dan sesi praktik pengolahan produk. Materi yang dipaparkan mengenai inovasi produk pangan lokal untuk meningkatkan nilai ekonomi ubi ungu dan menjelaskan manfaat kesehatan dari ubi ungu yang tinggi antioksidan, serat, mineral, dan memiliki indeks glikemik rendah daripada tepung terigu (Adiningsih et al., 2024). Pengolahan menjadi tepung dapat memperpanjang umur simpan dan diolah secara mandiri menjadi kue (Sutama, 2017).



Gambar 4. Praktik Pembuatan Tepung, Brownies, dan Kue Kering Ubi Ungu

Pada proses pembuatan tepung ubi ungu, beberapa alat merupakan alat yang baru bagi mitra, seperti *slicer* dan *food dehydrator*. Selama ini mitra membuat tepung dengan proses tradisional, yaitu memotong menggunakan pisau, dijemur langsung di bawah sinar matahari, lalu ditumbuk hingga halus. Proses tradisional tersebut tidak hanya memakan waktu lama, tetapi juga rentan terhadap kontaminasi debu dan kotoran, serta bergantung pada cuaca. Dengan pengenalan *food dehydrator*, proses pengeringan dapat dilakukan secara lebih higienis, terkontrol, dan cepat, tanpa bergantung pada cuaca (Sari & Holinesti, 2022).



Gambar 5. Brownies Ubi Ungu



Gambar 6. Kue Semprit Ubi Ungu

Pada proses pembuatan brownies ubi ungu dan kue semprit, mitra mengungkapkan bahwa ini adalah pertama kalinya mengolah ubi ungu menjadi produk modern seperti brownies dan kue kering semprit yang selama ini terbuat dari tepung terigu. Olahan dari tepung ubi ungu membuat produk mengandung serat tinggi dan indeks glikemik rendah (Karinaswarni et al., 2024).



Gambar 7. Donat Ubi Ungu Hasil Inovasi Mandiri Mitra



Gambar 8. Bolu dan Bolen Ubi Ungu Hasil Inovasi Mandiri Mitra

Pada saat evaluasi, mitra membawa produk hasil olahan ubi ungu diantaranya adalah brownies ubi ungu, kue sempritis, pisang molen, bolen, dadar gulung. Kue dari tepung ubi ungu buatan mereka sudah menjadi sajian (*snack*) pada rapat dan kegiatan Desa Gunung Bunder 1. Pengembangan dan inovasi produk pangan lokal berpotensi menjadi sarana promosi produk daerah dan membuka peluang untuk meningkatkan perekonomian warga. Inovasi produk merupakan proses memenuhi permintaan konsumen sehingga menghasilkan produk baru yang bernilai tambah dan berdaya saing (Retnaningsih et al., 2024).



Gambar 9. Mitra yang Aktif Produksi Mandiri Produk Olahan Ubi Ungu

Workshop Pengemasan dan Pelabelan Produk

Workshop ini bertujuan untuk memperkuat *branding* produk sehingga konsumen mendapatkan persepsi mengenai legalitas informasi pada label pangan yang membuat produk tersebut profesional, higienis, dan aman dikonsumsi. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk dari kerusakan fisik, kontaminasi, dan bahaya lainnya, tetapi juga sebagai media komunikasi utama antara produsen dan konsumen (Setiawardhani, 2025).



Gambar 10. Workshop Pengemasan Produk dengan Contoh Kemasan Produk

Branding berperan agar produk memiliki identitas yang kuat. Banyak konsumen memilih produk berdasarkan visual kemasan dan informasi awal yang mereka temukan pada pandangan pertama. Artinya, kemasan yang menarik akan meningkatkan minat beli, bahkan sebelum konsumen mengetahui rasa produk tersebut. Mitra diperkenalkan dengan elemen-elemen penting dalam desain label seperti logo, warna, tipografi, dan gambar pendukung. Mereka juga diajak untuk memahami segmentasi pasar sehingga kemasan dapat dirancang mengikuti selera target konsumen (Rahayu & Dahlia, 2024). Narasumber juga menampilkan contoh kemasan produk yang berhasil menembus pasar modern. Hal ini memberikan inspirasi tentang bagaimana desain sederhana dapat berdampak besar pada peningkatan penjualan.



Gambar 11. *Workshop* Pelabelan Produk dengan Contoh Label Produk

Tim pengabdian melakukan monitoring dan pendampingan satu minggu setelah *workshop*. Mitra membawa produk olahan yang telah dikemas. Kemasan yang biasanya hanya berupa plastik polos telah diganti dengan kemasan dus dan merancang logo serta membuat merek yang khas dan unik. Desain kemasan dapat mempengaruhi persepsi kualitas produk dan membangun brand produk (Nabilah & Andarini, 2023).



Gambar 12. *Workshop* Pengemasan dan Pelabelan Produk

Workshop Edukasi Keamanan Pangan

Pangan harus bebas dari potensi bahaya fisik, kimia, dan biologis yang dapat merugikan serta membahayakan kesehatan konsumen (Agustine et al., 2023). Mitra diperkenalkan pada berbagai faktor yang mempengaruhi keamanan pangan, seperti suhu penyimpanan, pH, waktu paparan, kadar air, serta potensi cemaran dari mikroorganisme. Pentingnya menerapkan higiene dan sanitasi dalam proses produksi, mulai dari kebersihan pembuat makanan, kualitas bahan baku, sanitasi peralatan, hingga kondisi lingkungan produksi (Haris, 2023).



Gambar 13. Prinsip Keamanan Pangan pada *Workshop* Edukasi Keamanan Pangan

Dalam sesi *workshop*, mitra mempelajari lima kunci keamanan pangan sebagai panduan dasar dalam produksi pangan aman, yaitu: menjaga kebersihan, memisahkan pangan mentah dan matang, mengolah makanan dengan benar, menjaga pangan pada suhu yang aman, serta

menggunakan air dan bahan baku yang aman (Setyaningrum et al., 2025). Mitra juga berdiskusi terkait penentuan lokasi produksi yang ideal agar terhindar dari sumber kontaminasi, dan apakah perlu menggunakan pakaian kerja khusus seperti celemek atau baju juru masak untuk menjaga kebersihan saat mengolah makanan.



Gambar 14. *Workshop Edukasi Keamanan Pangan*

Kesadaran, antusiasme, dan kesiapan mitra dalam menerapkan prinsip keamanan pangan diharapkan mampu mendorong peningkatan kualitas dan standar produk pangan lokal di Desa Gunung Bunder 1, sehingga lebih aman, berkualitas, dan memiliki daya saing tinggi di pasar.

Workshop Manajemen Usaha Mikro

Dalam jangka panjang, tepung ubi ungu, kue semprit ubi ungu, dan brownies ubi ungu diharapkan akan menjadi oleh-oleh khas Gunung Bunder 1 sebagai alternatif Bolu Talas Bogor yang sudah terkenal. Perlu dibentuk kelompok usaha bersama, sehingga perlu pengetahuan tentang keuangan usaha (Anggraini et al., 2022).

Pengenalan konsep dasar pengelolaan keuangan usaha termasuk mengatur arus kas, membedakan antara pemasukan dan pengeluaran, serta memahami peran modal aset dalam keberlangsungan usaha. Materi kemudian dilanjutkan dengan pembahasan teknis mengenai cara menghitung biaya produksi, baik biaya variabel seperti bahan baku, tenaga kerja, transportasi, maupun biaya tetap seperti penyusutan alat dan administrasi, menghitung biaya pokok produksi (HPP), rumus penetapan harga jual, serta perhitungan keuntungan berdasarkan jumlah produk yang dihasilkan.

Cara menekan biaya produksi namun tetap memperoleh keuntungan tanpa menurunkan kualitas produk yaitu dengan menekan biaya produksi, belanja bahan baku secara berkelompok sehingga pembelian bahan dilakukan dalam jumlah besar dan bisa langsung pesan ke petani atau produsen dengan harga yang lebih murah. Selain itu, bisa membuat kemasan kecil yang terjangkau oleh sebagian besar konsumen.



Gambar 15. *Workshop Manajemen Usaha Mikro*

Mitra diajari mengelola pengeluaran yang tenggat waktunya berbeda, seperti belanja bahan baku segar harus dilakukan secara harian, upah kerja waktu pembayarannya mingguan, dan bayar listrik bulanan. Harus dilakukan perhitungan mengenai berapa uang yang harus disisihkan dan ditabung setiap hari, sehingga bisa menutupi pengeluaran tersebut. Oleh karena itu penting untuk mengetahui pembukuan sederhana yang mencatat seluruh aktivitas keuangan usaha, mulai dari omset penjualan, pengeluaran harian, biaya operasional, hingga tabungan penyusutan aset.



Gambar 16. Penentuan Harga Jual pada *Workshop* Manajemen Usaha Mikro

Mitra didorong untuk membuat kelompok usaha bersama, dengan struktur organisasi usaha yang jelas, meliputi: ketua, wakil/sekretaris, keuangan, produksi, kemasan, pemasaran, dan distribusi. Anggota harus berbagi tugas, misalnya: yang hobi masak menjadi bagian produksi, begitu juga bagian pengemasan (*packing*), yang aktif di media sosial menjadi bagian pemasaran dan distribusi. Workshop ini mendorong mitra untuk mengembangkan kelompok usaha yang dapat menggali potensi sumber modal usaha yang tersedia di desa mereka. Pendampingan program setelah sosialisasi meningkatkan kesadaran mitra dalam berwirausaha dan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk, dan mitra dapat menghitung harga jual dan membuat pembukuan sederhana (Cantika, 2023).

Workshop Pemasaran Digital

Workshop ini memberikan dampak signifikan pada aspek peningkatan pemanfaatan inovasi, ilmu dan teknologi (*updating ipteks*) di masyarakat, khususnya Desa Gunung Bunder 1. Hampir semua mitra sudah punya dan memegang *handphone* Android, bahkan beberapa di antaranya tampak terbiasa membuat video pendek untuk konten TikTok di akun mereka.



Gambar 17. *Workshop* Pemasaran Digital

Mitra diajari manfaat dari pemasaran digital dalam memperbesar jangkauan ke konsumen dan meningkatkan omset. Pemasaran digital dengan *smartphone* Android dapat menjadi alat utama untuk promosi, komunikasi pelanggan, dan pembuatan konten yang menarik. Beberapa alternatif platform pemasaran digital disarankan untuk bisa dipilih seperti pemanfaatan WhatsApp Business, Instagram, Facebook, dan TikTok. Materi ini membantu mitra memahami teknologi yang mudah diakses serta relevan untuk meningkatkan daya saing usaha.

Bagian pemasaran mempunyai tugas khusus untuk mempromosikan produk dan interaksi dengan pelanggan. Untuk bisa mempromosikan produk secara digital, bagian pemasaran harus bisa mengembangkan keterampilan membuat dan mengupload katalog produk, memotret produk dengan pencahayaan sederhana, membuat video pendek yang informatif hingga pelanggan mau membeli produk tepung ubi ungu.



Gambar 18. Pendampingan *Workshop* Pemasaran Digital

Dengan demikian, kegiatan ini berhasil memperbarui pengetahuan mitra dalam memanfaatkan teknologi pemasaran modern yang sederhana namun efektif. Keterlibatan aktif dosen dan mahasiswa sebagai tim dalam memberikan solusi aplikatif turut mendorong pengembangan ilmu dan praktik teknologi di perguruan tinggi, terutama terkait digital marketing berbasis perangkat sederhana. *Workshop* pemasaran digital juga dapat memperluas segmentasi pasar produk, sehingga tidak hanya dibeli oleh warga lokal (Kautsar et al., 2025).



Gambar 19. Penjelasan *Workshop* Pemasaran Digital

Pemasaran digital dapat meningkatkan keterampilan dan meningkatkan ekonomi Desa Gunung Bunder 1 jika mitra terus melakukan proses bisnis ini dan didukung oleh pejabat desa dan komunitas tani sekitar sehingga dapat membentuk UMKM yang mampu bersaing (Danil et al., 2023). Dengan membuat inovasi produk olahan dari Ubi Ungu, menerapkan prinsip kebersihan dan keamanan pangan, memahami fungsi kemasan dan label, serta memasarkan secara online, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Gunung Bunder 1 dan mendukung ketahanan pangan lokal (Danil et al., 2026).

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas mitra di Desa Gunung Bunder 1 melalui *workshop* pengolahan ubi ungu, edukasi keamanan pangan, pengemasan dan pelabelan, manajemen usaha mikro, serta pemasaran digital. Pendekatan edukatif partisipatif yang digunakan terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis, kualitas produk, dan kesiapan mitra untuk berwirausaha. Para mitra mampu memproduksi, mengemas, dan memasarkan produk olahan secara mandiri, bahkan mengembangkan inovasi baru di luar materi *workshop*. Pemahaman mengenai sanitasi dan strategi pemasaran digital juga

semakin dipahami, sehingga mendukung keberlanjutan usaha kecil berbasis desa. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat, peningkatan peluang ekonomi, serta pengembangan usaha lokal berbasis ubi ungu. Pendampingan lanjutan dan penyediaan peralatan tambahan disarankan untuk mendukung keberlanjutan dan perluasan usaha komunitas.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Asosiasi Perguruan Tinggi Katolik (APTİK) yang telah memberi dukungan *finansial* terhadap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, kepada Universitas Katolik Parahyangan, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, dan Universitas Santo Borromeus atas dukungan baik dalam bentuk materiil dan nonmateriil.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, A. S., Murfat, Z., Syamsu, R. F., & Nasir, P. (2024). *Manfaat Ubi Jalar Ungu (Ipomea batatas L.) Sebagai Pengobatan Penyakit Tidak Menular*.
- Agustine, D. A. D., Hakimah, N., & Nurmawati, R. (2023). *Edukasi Keamanan Pangan terhadap Tingkat Pengetahuan dan Sikap Penjamah Makanan di Catering Pondok Sawah Kecamatan Turen*.
- Anggraini, Faradillah, & Winne Rosalina. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM Pada Pelaku Usaha Clothing Line. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 540–546. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.9745>
- Ariyanto, E. F., Shalannandia, W. A., Lantika, U. A., Fakhri, T. M., Ramadhan, D. S. F., Gumilar, A. N., Permana, F. K., Rahmah, A. N., Atik, N., & Khairani, A. F. (2023). Anthocyanin-Containing Purple Sweet Potato (*Ipomoea batatas* L.) Synbiotic Yogurt Inhibited 3T3-L1 Adipogenesis by Suppressing White Adipocyte-Specific Genes. *Journal of Experimental Pharmacology*, Volume 15, 217–230. <https://doi.org/10.2147/JEP.S405433>
- Danil, L., Iskandarsyah, T., Septina, N., Hasyim, I., & Debby, T. (2023). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro melalui Program Pelatihan Sustaining Competitive and Responsible Enterprises. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 975–987. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i4.11711>
- Danil, L., Samodra, E. M. A., Witono, J. R., Lestari, A. D., Septina, N., & Putri, V. (2026). *Innovations in Food Production and Product Management of PKK in Cimanggu Village for the Development of Sustainable Flagship Products*. 10(2).
- García-Martínez, R. M., Rodiles-López, J. O., & Martínez-Flores, H. E. (2024). Nutritional Value and Antioxidant Capacity of Mexican Varieties of Sweet Potato (*Ipomoea batatas* L.) and Physicochemical and Sensory Properties of Extrudates. *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, 376–386. <https://doi.org/10.31883/pjfn/195146>
- Haris, R. (2023). *PT Global Eksekutif Teknologi*.
- Karinaswarni, W., Hariyadi, D., & Rafiony, A. (2024). *Pengaruh Substitusi Tepung Ubi Jalar Ungu (Ipomoea batatas L.)*. 1.
- Kautsar, Aesa Musaropah, Sofia Andini, Muhammad Yusuf Faiz Arroyan, Novi Sofiyanti, Diktiyani Alya Putri, Havy Dwi Asri Hasanah, Siska Nur Latifah, Ifan, Salmanida Agnia Putri, Ima Kharisma, Dimas Hidayatul Mustafid, Dewi Susilawati, Inda Putri Permatasari, Fikari Aufa Rofiqi, & Riska Rismawati. (2025). Inovasi Produk Lokal: Peran Ubi Ungu dalam Meningkatkan Produktivitas Kewirausahaan di Desa Sindangbarang. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 4(2), 1–5. <https://doi.org/10.25134/jise.v4i2.104>
- Nabilah & Andarini. (2023). Penyuluhan Tentang Pentingnya Inovasi dan Kemasan dalam Penerapan Digital Marketing di Era Revolusi Industri 4.0 pada UMKM di Desa Ngepoh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi*, 2(3), 67–77. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v2i3.174>
- Raharjo, T., Shofwan, I., Kisworo, B., Ilyas, I., & Lestari, J. (2020). Penyuluhan Pertanian Budidaya Ubi Jalar Organik Berbasis Sociopreneurship. *Jurnal Panjar: Pengabdian Bidang Pembelajaran*, 2(2), 35–41. <https://doi.org/10.15294/panjar.v2i2.37855>

- Rahayu, D. S., & Dahlia, E. (2024). *Pentingnya Branding Pada Kemasan Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Desa Ciparay*.
- Retnaningsih, C., Irmawati, B., Retnawati, B. B., & Ruenda, O. (2024). Development and innovation of locally inspired food products by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Central Java, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1338(1), 012066. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1338/1/012066>
- Sari, F. N., & Holinesti, R. (2022). The Effect Of Drying Temperature On The Quality Of Ginger Jelly Candy. *Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.24036/jptbt.v3i2.339>
- Setiawardhani, W. O. (2025). *Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen*.
- Setyaningrum, Y. I., Ambarsari, E., & Widya, A. (2025). *Penerapan Edukasi Keamanan Pangan Untuk Meningkatkan Kualitas Penjamah Makanan di Instalasi Gizi*.
- Sutama, I. K. (2017). *Program IbM Dapat Mengubah Pandangan Masyarakat Selat Karangasem Terhadap Ubi Ungu*.