

Pemberdayaan UMKM Desa Puntukrejo Melalui Inovasi Produk *Snack Bar* Ubi Ungu Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Asiva Nobel Eka Safitri¹, Diyanah Widyastuti Darmawan², Mila Agustin³, Isna Kemi Ropiah⁴, Manaen Sekar Cahyawati⁵, Khoirun Nisa Salma Salsa Billa⁶, Grecia Witara Tanti⁷, Viola Margareta Br Sitanggang⁸, Eko Haryanto⁹, Robert Pujangga¹⁰, Rysca Indreswari¹¹

Universitas Sebelas Maret^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}
asivanobel@student.uns.ac.id¹

ABSTRAK

Desa Puntukrejo merupakan salah satu desa penghasil ubi ungu terbesar di Karanganyar. Namun, harga jual ubi ungu yang relatif rendah memerlukan diversifikasi untuk meningkatkan nilai ekonomi masyarakat. Program hibah MBKM bertujuan untuk memberdayakan UMKM Desa Puntukrejo melalui inovasi pembuatan *snack bar* yang berbahan dasar ubi ungu. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Tahapan yang dilakukan oleh tim hibah MBKM mencakup persiapan kegiatan, sosialisasi terhadap mitra, pelatihan, pendampingan produksi, pemasaran, dan evaluasi. Kegiatan sosialisasi terhadap mitra dilakukan untuk memaparkan kepada para mitra terkait kegiatan MBKM yang akan dilaksanakan, mitra yang ikut serta dalam kegiatan ini yaitu ibu-ibu UMKM. Tim hibah MBKM melaksanakan pelatihan di Desa Puntukrejo yang mencakup pengenalan terhadap produk, teknik pembuatan, teknik pengemasan, dan teknik pemasaran *snack bar*. Pelatihan merupakan langkah awal sebelum pendampingan produksi. Dalam pendampingan produksi, pihak yang mendampingi memberikan arahan terkait proses produksi, penggunaan bahan baku yang tepat, serta penerapan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk. Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan produksi pembuatan *snack bar* menambah inovasi produk di Desa Puntukrejo dan mampu mengikuti tren pasar yang sedang berkembang. Strategi pemasaran yang efektif dilakukan *offline* maupun *online* untuk menarik minat konsumen dan memperluas pasar. Pemasaran yang dilakukan selama tiga minggu mengalami peningkatan omzet yang cukup signifikan.

Kata Kunci

Inovasi Produk; Pelatihan; *Snack Bar*; Ubi Ungu; UMKM

Puntukrejo Village is one of the largest purple sweet potato producing villages in Karanganyar. However, the relatively low selling price of purple sweet potato requires diversification to increase the economic value of the community. The MBKM grant program aims to empower MSMEs in Puntukrejo Village through innovation in making snack bars made from purple sweet potatoes. The method used in this activity is Participatory Rural Appraisal (PRA). The stages carried out by the MBKM grant team include activity preparation, outreach to partners, training, production assistance, marketing and evaluation. Socialization activities for partners are carried out to explain to partners regarding the MBKM activities that will be carried out, the partners who take part in this activity are MSME mothers. The MBKM grant team carried out training in Puntukrejo Village which included product introduction, manufacturing techniques, packaging techniques and snack bar marketing techniques. Training is the first step before production assistance. In production assistance, the accompanying party provides

direction regarding the production process, the use of appropriate raw materials, and the application of technology that can improve product quality and quantity. The results of training activities and production assistance for making snack bars increase product innovation in Puntukrejo Village and are able to follow developing market trends. Effective marketing strategies are carried out offline and online to attract consumer interest and expand the market. Marketing carried out for three weeks experienced a significant increase in turnover.

Keywords

Product Innovation; Snack Bar; Purple Sweet Potato; MSMEs

PENDAHULUAN

Ubi ungu merupakan salah satu komoditas unggulan di Desa Puntukrejo. Menurut data Badan Pusat Statistik Jawa Tengah tahun 2021, Kabupaten Karanganyar merupakan daerah penghasil ubi jalar terbesar di Jawa Tengah yaitu sebesar 22.273 kuintal dengan nilai produktivitas 379,5 Ku/Ha di tahun 2019. Pada tahun 2020, Kecamatan Ngargoyoso menjadi daerah penghasil ubi ungu terbesar kedua setelah Kecamatan Tawangmangu dengan luas area panen terbesar 131 hektar dan total produksi 45,815 ton (BPS Karanganyar, 2021).

Besarnya luas lahan dan hasil panen ubi ungu di Desa Puntukrejo menunjukkan bahwa sektor pertanian memegang peran penting dalam bidang ekonomi masyarakat desa. Ubi ungu memiliki nilai jual yang cukup rendah di pasar yaitu sekitar Rp 6.000,00 per kg hingga Rp 7.000,00 per kg. Kemampuan mengembangkan dan menciptakan produk diperlukan sebagai inovasi untuk menciptakan ciri khas baru (Almira dan Sutanto, 2018). Oleh karena itu, diperlukan inovasi pengelolaan untuk meningkatkan nilai jual ubi ungu dan meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Puntukrejo.

Hasil panen ubi ungu di Desa Puntukrejo sudah banyak diolah menjadi wingko, timus, bakpia, dan lain sebagainya oleh beberapa UMKM di Desa Puntukrejo. Namun, yang mempunyai masa simpan panjang relatif sedikit. Untuk itu perlu dibuat hasil olahan ubi ungu yang sehat dan masa simpannya panjang serta sesuai dengan *trend* pasar saat ini. Adanya diversifikasi secara inovatif berupa olahan yang sesuai dengan *trend* pasar saat ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik konsumen terutama anak muda. Hal tersebut akan berpengaruh secara nyata terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa.

Sebagai salah satu bentuk inovasi, program hibah MBKM menciptakan inovasi baru berupa olahan *snack bar* yang terbuat dari komoditas unggulan Desa Puntukrejo yakni ubi ungu. Ubi jalar ungu memiliki kandungan serat yang tinggi untuk dikonsumsi (Asnawi dan Eliska, 2023). Produk *snack bar* tidak hanya menawarkan kandungan gizi tinggi, tetapi juga mengikuti tren inovasi makanan sehat yang saat ini digemari oleh konsumen. Dengan memanfaatkan bahan baku lokal Desa Puntukrejo, produk *snack bar* ubi ungu diharapkan mampu menjadi daya tarik baru

sekaligus dapat memberdayakan UMKM di Desa Puntukrejo sebagai penghasil produk pangan inovatif.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program hibah MBKM Universitas Sebelas Maret di Desa Puntukrejo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar menggunakan metode pelaksanaan *Participatory Rural Appraisal* (PRA). PRA merupakan suatu metode pendekatan dalam proses pemberdayaan dan peningkatan partisipasi masyarakat, yang tekanannya pada keterlibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan pembangunan (Indreswari, *et. al.*, 2022). Dengan menggunakan metode PRA masyarakat dapat mengetahui kondisi dari wilayah mereka sendiri, sehingga mampu mengembangkan potensi dalam mencari jawaban dari berbagai permasalahan yang berada di wilayah agar membentuk suatu konsep perencanaan wilayah (Wardi, *et. al.*, 2024). Melalui metode PRA diharapkan masyarakat dapat berkontribusi dan berpartisipasi secara aktif dalam keseluruhan kegiatan pembangunan. Tahapan Pelaksanaan Program:

1. Persiapan program: Persiapan program diawali dengan sosialisasi terhadap mitra yang dilakukan untuk memaparkan kepada para mitra terkait kegiatan program hibah MBKM yang akan dilaksanakan, mitra yang terlibat dalam kegiatan sosialisasi ini yaitu ibu-ibu UMKM Desa Puntukrejo.
2. Pelatihan: Pelatihan pembuatan *snack bar* dilakukan melalui serangkaian kegiatan *pretest*, *posttest* dan Pengenalan Teknologi *Continuous Sealer* yang berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu UMKM Desa Puntukrejo.
 - a. *Pretest* dan *Posttest*: Sebelum pelatihan peserta diberikan *pretest* untuk mengetahui pengetahuan awal peserta mengenai materi yang akan diajarkan terkait teknik pembuatan, teknik pengemasan, dan teknik pemasaran *snack bar*. Setelah sesi pelatihan selesai diberikan *posttest* untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman dan keterampilan yang telah diperoleh oleh peserta. Untuk peningkatan pengetahuannya diukur dengan membandingkan nilai *pretest* dan *posttest* yang dianalisis secara deskriptif dalam bentuk tabulasi. Perhitungan rata-rata persentase perubahan pengetahuan terhadap pelatihan pembuatan *snack bar* dihitung menggunakan efektivitas dengan rumus $((PS-PR)/(N2Q-PR)) \times 100\%$. Kriteria nilai dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kurang efektif (< 32%), cukup efektif (≥ 32–64%) dan efektif (≥ 64%).
 - b. Teknologi *Continuous Sealer*: Peserta pelatihan diberikan pemaparan materi mengenai fungsi dari bagian-bagian mesin *continuous sealer*, dan penjelasan mengenai suhu yang sesuai dengan bahan kemasan, serta diajarkan mengenai

- cara penggunaan yang mencakup pengaturan suhu mesin dan cara merekatkan kemasan.
3. **Produksi:** Produksi dilakukan melalui pendekatan pendampingan produksi oleh tim hibah MBKM. Pendampingan produksi bertujuan untuk memastikan setiap tahapan proses produksi dilakukan sesuai standar yang telah ditetapkan. Dalam pendampingan produksi, tim hibah MBKM memberikan arahan terkait proses produksi, penggunaan bahan baku yang tepat, serta penerapan teknologi yang dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.
 4. **Pemasaran:** Pemasaran dilakukan secara *online* melalui media sosial *Instagram* @mbkmpuntukrejo24 dan @nubi.tasty, serta melakukan pemasaran *offline* melalui bazar “*Eco-preneurs 4 Future: Creating Sustainable Business Innovations*” di Universitas Sebelas Maret.
 5. **Evaluasi:** Evaluasi yang dilakukan meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta, kualitas hasil *snack bar*, serta dampak peningkatan ekonomi ibu-ibu UMKM Desa Puntukrejo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Meninjau dari harga jual ubi ungu yang relatif rendah di pasaran yaitu sekitar Rp 6.000,00 per kg hingga Rp 7.000,00 per kg di Desa Puntukrejo. Program hibah MBKM melakukan pendekatan secara *modern* dalam proses produksi dengan membuat inovasi olahan ubi ungu. Pada kondisi saat ini ditemukan permasalahan Desa Puntukrejo terkait dengan rendahnya nilai jual ubi ungu dan rendahnya pengetahuan ibu-ibu UMKM mengenai cara memaksimalkan potensi ubi ungu. Menurut Putri, *et., al.,* (2018), salah satu langkah strategis dalam rangka mengatasi permasalahan desa dengan mengembangkan inovasi produk baru, dikarenakan inovasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing dalam membantu meningkatkan perekonomian dan pendapatan UMKM. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai jual, menambah inovasi olahan dari ubi ungu, serta memberdayakan UMKM di Desa Puntukrejo.

Program hibah MBKM UNS 2024 berhasil menyelenggarakan pelatihan pembuatan *snack bar* ubi ungu sebagai upaya untuk memberdayakan UMKM Puntukrejo pada hari Kamis, 21 November 2024 di The Lawu Fresh, Desa Puntukrejo, Kecamatan Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar (Gambar 1). Kegiatan pelatihan diikuti sebanyak 12 UMKM Puntukrejo dengan melibatkan tim hibah MBKM, dosen pembimbing, dan ketua UMKM Desa Puntukrejo. Pelatihan diawali dengan sambutan yang disampaikan oleh Eko Haryanto selaku ketua program hibah MBKM. Pengenalan materi mengenai proses pembuatan hingga proses pengemasan *snack bar*, dilanjut dengan pengisian *pretest* yang dilakukan sebelum pelatihan, dan pengisian *posttest* yang dilakukan setelah pelatihan.



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan *snack bar* Ubi Ungu

Produk *snack bar* hibah MBKM diberi merek “Nubi” yang memiliki makna yaitu “Nutrisi Ubi”. Pemberian merek digunakan sebagai alat pembeda produk dan sebagai petunjuk kualitas suatu produk serta sebagai pengenal atau identitas yang akan memudahkan konsumen memutuskan pilihannya untuk membeli atau tidak membeli. Menurut Kurniawati *et al.* (2021), tujuan pembuatan merek yaitu sebagai hak kepemilikan agar merek yang dimiliki terhindar dari peniruan oleh pelaku usaha lain, memberi tanda pengenal barang untuk membedakan barang seseorang atau perusahaan dengan barang lain, dan untuk mempromosikan dagangan guna meluaskan jangkauan pasar. Merek berpengaruh terhadap keputusan pembeli, maka merek suatu produk berperan penting untuk menunjang suatu usaha.

Pelatihan pembuatan *snack bar* ubi ungu dipandu langsung oleh tim hibah MBKM. Sebelum melakukan pelatihan, peserta diberikan *pretest* untuk mengetahui kemampuan dasar peserta pelatihan pembuatan *snack bar*. Pelatihan ini diawali dengan pemaparan materi mengenai bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan *snack bar*, langkah-langkah pembuatan *snack bar*, serta proses pengemasan *snack bar* ubi ungu. Setelah pemaparan materi, peserta melakukan praktik pembuatan *snack bar* ubi ungu bersama tim hibah MBKM (Gambar 2).



Gambar 2. *Post test*, Pemaparan Materi, dan Praktik Pembuatan *snack bar*

Bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan *snack bar* ubi ungu meliputi tepung ubi ungu, tepung mocaf, telur, susu bubuk, gula, mentega, *baking powder*, vanilli, dan garam. Alasan penggunaan tepung ubi ungu dan tepung mocaf sebagai bahan utama dikarenakan kedua bahan tersebut mempunyai kandungan yang bermanfaat bagi kesehatan. Menurut Anisa, *et. al.*, (2024), salah satu bahan makanan yang mengandung glikemik yang rendah dibandingkan dengan ubi jalar lainnya, serta mengandung antosianin yang tinggi dan bebas gluten yaitu tepung ubi jalar ungu dan tepung mocaf. Menurut Serang dan Suriyanti (2022), antosianin yang terkandung dalam ubi ungu dapat berperan sebagai agen penghambat radikal bebas, serta menghambat penuaan dini dan kanker. Bahan *topping snack bar* "Nubi" meliputi cokelat, madu, oat, dan *rice crispy*. Beberapa peralatan yang digunakan dalam pembuatan *snack bar* "Nubi" meliputi baskom, *mixer*, timbangan digital, loyang, spatula, sendok, *baking paper*, oven, dan mesin *continuous sealer*.

Proses pembuatan *snack bar* diawali dengan mengocok kuning telur sebanyak 12 butir menggunakan *mixer* hingga mengembang. Telur yang tidak dikocok hingga mengembang dapat menyebabkan pencampuran dengan bahan lain seperti tepung dan gula bisa menjadi tidak merata. Hal ini dapat menghasilkan gumpalan dalam adonan, yang mempengaruhi hasil akhir *snack bar*. Setelah itu, kuning telur yang sudah mengembang dicampur dengan gula halus sebanyak 300 gr, tepung ubi ungu 630 gr, tepung mocaf 120 gr, susu bubuk 300 gr, *baking powder* 3 sdt, vanilli 3 sdt, dan garam 2 sdt. Setelah semua bahan tercampur rata, mentega yang sudah dicairkan dimasukkan ke dalam adonan sebanyak 300 gr dan diaduk hingga kalis.

Tahapan terakhir dari pembuatan *snack bar* yaitu membentuk adonan menjadi persegi panjang dengan berat 25 gr per pcs. Setelah itu, *snack bar* dipanggang dalam oven dengan suhu 120°-150°C selama 45 menit. Suhu dan waktu pemanggangan berpengaruh signifikan terhadap tekstur akhir *snack bar*. Kemudian didinginkan sebelum diberikan *topping*. Proses pendinginan pada *snack bar* bertujuan untuk menurunkan suhu guna mengurangi risiko pertumbuhan mikroorganisme sehingga memperpanjang umur simpan *snack bar*. *Snack bar* yang sudah diberi *topping*, dimasukan ke dalam kemasan dan disegel menggunakan mesin *continuous sealer* (Gambar 3).



Gambar 3. Proses Penyegelan Kemasan Menggunakan Mesin *Continuous Sealer*

Kemasan menentukan keputusan konsumen dalam pembelian produk. Kemasan *center seal* merupakan kemasan yang disegel di bagian tengah, atas atau bawah kemasan. Kemasan *center seal* dirancang untuk melindungi produk dari kerusakan, kelembaban, dan kontaminasi. Pengemasan *center seal* menggunakan teknologi *continuous sealer*. Teknologi *continuous sealer* merupakan mesin untuk menyegel kemasan plastik yang dibuat dari bahan PE, PP dan *Aluminium Foil Laminated*. Menurut Putri *et., al.*, (2023), cara pengemasan dengan menggunakan *sealer* akan berpengaruh terhadap umur simpan produk. Mesin ini bekerja dengan memanfaatkan suhu panas yang konsisten untuk menciptakan segel kedap udara pada kemasan.

Analisis rata-rata persentase *posttest* dan *pretest* yang dilakukan selama pelatihan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman atau keterampilan ibu-ibu UMKM setelah mengikuti pelatihan. *Pretest* dilakukan sebelum pelatihan dimulai untuk mengukur tingkat pengetahuan atau kemampuan awal peserta, sementara *posttest* dilakukan setelah pelatihan selesai untuk mengukur sejauh mana pengetahuan atau keterampilan mereka berkembang. Perhitungan rata-rata persentase perubahan pengetahuan terhadap pelatihan pembuatan *snack bar* dihitung menggunakan efektivitas dengan rumus $((PS-PR)/(N2Q-PR)) \times 100\%$, dimana PS adalah *posttest*, PR adalah *pretest*, N adalah jumlah responden, 2 adalah nilai tertinggi, Q adalah jumlah pertanyaan, dan 100% adalah pengetahuan yang ingin dicapai. Menurut Ginting (1991), kriteria nilai dibagi menjadi tiga kategori, yaitu kurang efektif (< 32%), cukup efektif ($\geq 32-64\%$) dan efektif ($\geq 64\%$). Kriteria dari hasil perhitungan digunakan untuk menentukan masing-masing kategori nilai efektivitas. Nilai efektivitas dari analisis rata-rata persentase *posttest* dan *pretest* pada pelatihan pembuatan *snack bar* mengalami peningkatan dalam pemahaman atau keterampilan dengan nilai efektivitas 45,07% yang dinyatakan cukup efektif (Tabel 1).

Tabel 1. Nilai Efektivitas

	Nilai <i>Pretest</i>	Nilai <i>Posttest</i>	Nilai Efektivitas (%)
Pengetahuan	490	810	45,07%

Setelah melalui proses pembuatan hingga proses pengemasan *snack bar*, kemudian dilakukan pemasaran secara *online* melalui akun media sosial *Instagram* @mbkmpuntukrejo24 dan @nubi.tasty, serta melakukan pemasaran *offline* melalui bazar “*Eco-preneurs 4 Future: Creating Sustainable Business Innovations*” (Gambar 4). Menurut Riwoe dan Mulyana (2022), tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik lebih banyak konsumen dan calon konsumen secara cepat dan tanpa terbatas. Strategi pemasaran ini diperkuat dengan adanya promosi yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung kepada calon konsumen.



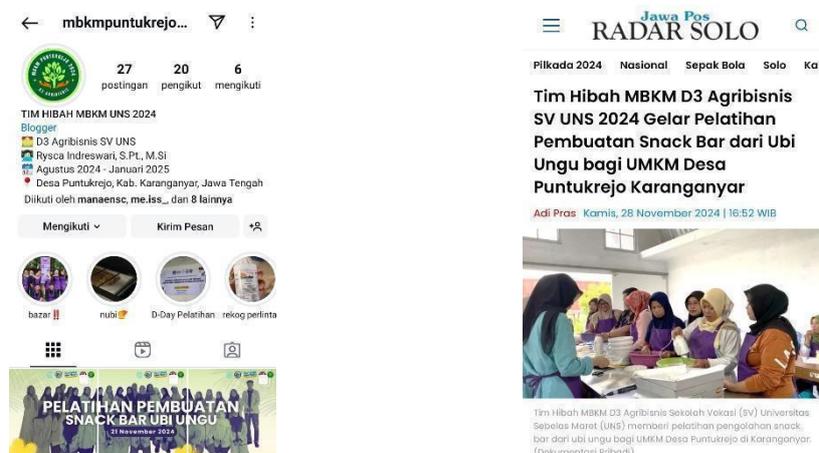
Gambar 4. *Eco-preneurs 4 Future: Creating Sustainable Business Innovations*

Peningkatan penjualan produk *snack bar* “Nubi” dengan harga Rp 6.500 menunjukkan peningkatan yang signifikan berdasarkan data tiga kali penjualan. Total penjualan *snack bar* mencapai 131 pcs dengan persentase peningkatan 24,4 hingga 68 persen dari total penjualan. Data ini menunjukkan adanya peningkatan yang konsisten dan signifikan dalam permintaan produk, sehingga dapat menjadi indikator keberhasilan strategi pemasaran dan peningkatan preferensi konsumen.



Gambar 5. Grafik Penjualan Produk *Snack Bar*

Publikasi program tim hibah MBKM dilakukan dengan mengunggah keberjalanan bentuk kegiatan pada akun media sosial @mbkmpuntukrejo24 dan publikasi media massa berupa *press release* melalui laman Radar Solo (Gambar 6).



Gambar 6. Publikasi Media Sosial dan Publikasi Media Massa

KESIMPULAN

Simpulan dari kegiatan program hibah Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) menunjukkan bahwa tim Hibah MBKM berhasil menciptakan inovasi produk *snack bar* dengan menggunakan komoditas ubi ungu Desa Puntukrejo. Kegiatan program hibah MBKM menunjukkan bahwa program ini berhasil menambah pengetahuan ibu-ibu UMKM di Puntukrejo dalam menciptakan inovasi olahan ubi ungu yang lebih *modern* dari hasil analisis tingkat efektivitas yang berada dalam kategori cukup efektif. Kegiatan yang dilaksanakan oleh tim hibah MBKM dapat meningkatkan pendapatan melalui pemasaran *snack bar* yang dilakukan secara *online* maupun *offline*.

REFERENSI

- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maison nob. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 250-259.
- Anisa, N., N., Indri Hapsari, A., & Fauziyah, R. N. (2024). Gambaran Sifat Organoleptik dan Nilai Gizi Brownies Berbahan Dasar Tepung Ubi Jalar Ungu (*Ipomoea batatas* L) dan Mocaf (Modified Cassava Flour) sebagai Alternatif Makanan Selingan untuk Penderita Diabetes Melitus Tipe 2 (Doctoral dissertation, Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung).
- Asnawi, A. A., & Eliska, E. (2023). Substitusi Tepung Ubi Ungu dalam Pembuatan Kue Soes dengan Selai Buah Naga Sebagai Snack bagi Penderita Diabetes Mellitus. *ARTERI: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 4(3), 138-145.
- Ginting, E. 1991. *Metode Kuliah Kerja Lapang*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Kurniawati, E., Widowati, S. Y., & Santoso, A. (2021). Sosialisasi Pembuatan Merek Produk Ukm Di Kelurahan Pedurungan Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (J-ABDIMAS)*, 8(1), 8-12.
- Putri, M. A. L., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. K. (2018). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UKM Kerajinan Endek Di Kabupaten Klungkung. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*. Vol 1(4), 522-534.
- Putri, R. D., Ismawati, I., & Andrianingsih, V. (2023). Peningkatan Usaha “Kembang Goyang” Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pengemasan Produk. *J. Masyarakat Mandiri*, 7(6): 5942-5949.
- Riwoe, F. L. R., & Mulyana, M. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(1), 25-32.
- Serang, S., & Suriyanti, S. (2022). Pengembangan Produk Es Krim Ubi Ungu yang Berkhasiat Tinggi Sebagai Peluang Usaha Masyarakat Desa Tana Toa Kecamatan Pajang Kabupaten Bulukumba *Jurnal Balireso: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(1), 30-37.
- Wardi, L. H. S., Kitab, B. A., Adha, I., Sukmana, E., La Unga, D. N. S., Aji, B., & Ramadhani, I. (2024). Metode Pra: Upaya Masyarakat Dalam Perencanaan Dusun Longserang Barat Utara Sebagai Dusun Wisata Edukasi Tentang Alam Dan Produksi Gula Semut Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 4(3), 111-122.