

INOVASI UBI UNGU MENJADI DONUT SEBAGAI KREATIVITAS PRODUK LOKAL DI KELURAHAN MANGUNSARI, KECAMATAN GUNUNGPATI, KOTA SEMARANG

Nurchayati¹, Muchayatin², Parju³, Sri Suyati⁴, Setyobudi⁵, Sulistyani⁶, Siti Aminah⁷, Joko Riyanto⁸, Ribut Musprihadi⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

E-mail: suryatismg@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received :05-10-2025

Revised :15-10-2025

Accepted: 23-10-2025

Key words: Community Empowerment, Purple Sweet Potato, Product Innovation, Added Value, Entrepreneurship

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This community service program aims to empower the people of Mangunsari Village, Gunungpati District, Semarang City through purple sweet potato-based donut innovation. The main problem is the low added value of purple sweet potatoes, which are only sold raw, and limited knowledge of processed product diversification. The implementation method included training in donut making, packaging, branding, and marketing management for 25 participants. Results showed a significant increase in participant knowledge from 38% to 87%, with 92% of participants able to produce high-quality donuts. The optimal formulation using a 37.5% substitution of purple sweet potato puree resulted in an organoleptic acceptance level of 84-88%. Value-added analysis showed a 1,025% increase in economic value with a profit margin of 260%. The "Sate Donat Mini 17" business group was formed, with 48% of participants actively producing, generating additional income of IDR 1.8-3.5 million per month. The program has had a positive impact on community economic empowerment and increasing the added value of local commodities.

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memberdayakan masyarakat Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang melalui inovasi donut berbasis ubi ungu. Permasalahan utama adalah rendahnya nilai tambah ubi ungu yang hanya dijual mentah dan minimnya

pengetahuan diversifikasi produk olahan. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan pembuatan donut dan pengemasan-branding, serta manajemen pemasaran kepada 25 peserta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan pengetahuan peserta dari 38% menjadi 87%, dengan 92% peserta mampu memproduksi donut berkualitas baik. Formulasi optimal menggunakan substitusi 37,5% puree ubi ungu menghasilkan tingkat penerimaan organoleptik 84-88%. Analisis nilai tambah menunjukkan peningkatan nilai ekonomis 1.025% dengan margin keuntungan 260%. Terbentuk kelompok usaha "Sate Donat Mini 17" dengan 48% peserta aktif berproduksi, menghasilkan pendapatan tambahan Rp1,8-3,5 juta per bulan. Program memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat dan peningkatan nilai tambah komoditas lokal.

PENDAHULUAN

Kelurahan Mangunsari di Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang, memiliki kondisi geografis yang sangat mendukung untuk pengembangan sektor pertanian. Dengan ketinggian berkisar antara 250 hingga 400 meter di atas permukaan laut, wilayah ini sangat potensial untuk budidaya ubi jalar ungu (*Ipomoea batatas* L.). Tanaman ubi jalar ungu dapat tumbuh optimal pada ketinggian tersebut, menghasilkan umbi dengan kualitas baik dan kandungan nutrisi yang tinggi.

Meskipun demikian, potensi besar yang dimiliki belum dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat setempat. Selama ini, ubi jalar ungu yang dipanen hanya dijual dalam bentuk mentah atau dikonsumsi langsung dengan harga yang relatif rendah. Hal ini menyebabkan nilai ekonomis dari komoditas lokal tersebut belum dapat dinikmati secara optimal oleh para petani maupun masyarakat. Padahal, ubi jalar ungu memiliki karakteristik unik yang dapat menjadi nilai tambah apabila diolah menjadi produk yang lebih bernilai ekonomis tinggi.

Dari segi kandungan nutrisi, ubi jalar ungu sangat kaya akan berbagai komponen bioaktif yang bermanfaat bagi kesehatan. Basrin et al. (2021) mengungkapkan bahwa ubi jalar ungu mengandung antosianin yang berfungsi sebagai antioksidan alami, serta kaya akan serat pangan, vitamin A, vitamin C, dan berbagai mineral penting. Selain kandungan gizinya, warna ungu alami yang dimiliki memberikan daya tarik visual yang khas dan menarik, sehingga sangat potensial untuk dikembangkan menjadi produk olahan dengan nilai jual tinggi di pasaran.

Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa pengolahan ubi jalar ungu dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi secara signifikan. Anggraeni dan Subari (2020) melaporkan adanya peningkatan nilai ekonomis melalui diversifikasi produk olahan ubi ungu. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Dwi Mutiara (2020) yang menunjukkan bahwa inovasi pengolahan ubi ungu membuka peluang usaha baru yang menguntungkan. Hal ini mengindikasikan bahwa pengembangan produk olahan ubi ungu bukan hanya meningkatkan nilai jual, tetapi juga membuka peluang kewirausahaan bagi masyarakat.

Salah satu produk olahan yang memiliki prospek menjanjikan adalah donut berbasis ubi jalar ungu. Donut merupakan produk bakery yang sangat populer dan digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Namun, donut konvensional yang beredar di pasaran umumnya dibuat dari tepung terigu dengan kandungan gula dan lemak yang cukup tinggi, sehingga kurang ideal dari perspektif kesehatan. Substitusi sebagian bahan dasar donut dengan ubi jalar ungu dapat menghasilkan produk yang tidak hanya lebih sehat, tetapi juga menarik secara visual dengan warna ungu alaminya.

Pengembangan produk bakery berbasis ubi jalar ungu sebenarnya bukan hal yang baru. Beberapa studi telah menunjukkan keberhasilan pengembangan produk sejenis. Mustafa dan Elliyana (2020) melaporkan bahwa brownies berbasis ubi ungu layak secara ekonomis dan diterima baik oleh konsumen. Sementara itu, Sabrina dan Wardana (2023) menunjukkan bahwa cookies ubi ungu memiliki daya terima pasar yang tinggi dengan prospek bisnis yang menjanjikan. Bukti-bukti empiris ini memberikan landasan kuat bahwa inovasi donut ubi ungu memiliki peluang sukses di pasar.

Namun demikian, masyarakat Kelurahan Mangunsari masih menghadapi beberapa permasalahan mendasar yang menghambat pemanfaatan optimal potensi ubi jalar ungu. Pertama, pengetahuan masyarakat mengenai diversifikasi produk olahan ubi ungu masih sangat terbatas. Kedua, keterampilan dalam pembuatan produk bakery, khususnya donut, belum dimiliki oleh sebagian besar masyarakat. Ketiga, kreativitas dalam mengembangkan produk lokal menjadi produk bernilai tambah masih rendah. Keempat, belum ada inisiatif konkret untuk mengembangkan wirausaha berbasis olahan ubi ungu di wilayah tersebut. Kondisi-kondisi ini menyebabkan peluang ekonomi kreatif yang sesungguhnya sangat potensial tidak dapat dimanfaatkan secara optimal.

Beberapa penelitian terkini telah menunjukkan pentingnya intervensi melalui program pelatihan dan pendampingan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Adriani et al. (2025) mengungkapkan bahwa pengembangan bisnis olahan ubi ungu mampu meningkatkan produktivitas kewirausahaan masyarakat secara signifikan. Sejalan dengan itu, Iftita et al. (2024) melaporkan bahwa produk olahan ubi ungu memiliki peluang usaha yang baik sebagai bentuk kreativitas bernilai jual tinggi. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa dengan pendampingan yang tepat, masyarakat dapat mengembangkan usaha berbasis ubi ungu yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Berdasarkan analisis kondisi dan potensi yang ada, program ini dirancang dengan tujuan memberikan pelatihan dan pendampingan komprehensif kepada masyarakat Kelurahan Mangunsari dalam pengembangan inovasi donut ubi ungu. Melalui transfer pengetahuan dan keterampilan yang terstruktur, diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan potensi lokal secara optimal, mengembangkan produk bernilai tambah tinggi, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan mereka secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Kelompok sasaran adalah ibu-ibu PKK, kelompok dasawisma, dan pemuda yang berminat mengembangkan usaha produktif, dengan total peserta 25 orang.

Pelaksanaan program menggunakan metode pelatihan teori dan praktik langsung dengan pendampingan intensif. Tahapan kegiatan meliputi:

1. Survei dan Identifikasi Kebutuhan Mengidentifikasi kondisi dan kebutuhan masyarakat sebagai dasar perancangan program.
2. Sosialisasi Program Menjelaskan tujuan dan manfaat program kepada warga dan pemerintah kelurahan untuk membangun komitmen bersama.
3. Pelatihan Pembuatan Donut Ubi Ungu Memberikan pengetahuan dan keterampilan teknis pembuatan donut dengan substitusi ubi ungu, meliputi pemilihan bahan, formulasi resep, dan teknik pengolahan.
4. Pendampingan Produksi dan Quality Control Mendampingi peserta dalam proses produksi untuk memastikan kualitas produk konsisten dan sesuai standar.
5. Pelatihan Pengemasan dan Branding Melatih teknik pengemasan menarik dan pengembangan identitas produk untuk meningkatkan daya saing.
6. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pemasaran Memberikan pemahaman pengelolaan usaha, perhitungan harga pokok produksi, dan strategi pemasaran.
7. Monitoring dan Evaluasi Memantau perkembangan peserta dan mengevaluasi capaian program secara berkala.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pembuatan Donut Ubi Ungu

Kegiatan pelatihan pembuatan donut ubi ungu diikuti oleh 25 peserta yang terdiri dari 20 orang ibu-ibu anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan 5 orang pemuda Kelurahan Mangunsari. Komposisi peserta ini menunjukkan antusiasme masyarakat dari berbagai kelompok usia untuk mengembangkan keterampilan wirausaha berbasis produk lokal. Materi pelatihan dirancang secara komprehensif untuk memberikan pemahaman menyeluruh kepada peserta, mulai dari aspek teoritis hingga keterampilan praktis.

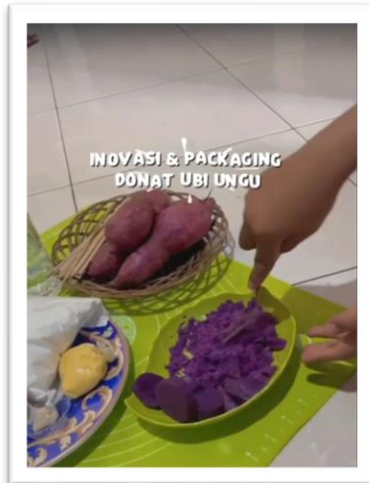
Materi pelatihan mencakup beberapa komponen penting yang disampaikan secara sistematis. Pertama, peserta diberikan pengenalan mendalam mengenai nilai gizi ubi jalar ungu, termasuk kandungan antosianin, vitamin, mineral, dan manfaat kesehatannya. Pemahaman ini penting agar peserta menyadari nilai tambah produk yang akan mereka kembangkan. Kedua, peserta dilatih mengenai teknik seleksi dan preparasi bahan baku, khususnya cara memilih ubi ungu berkualitas baik dan mempersiapkannya untuk proses pengolahan. Ketiga, peserta mempelajari formulasi resep yang tepat untuk menghasilkan donut dengan kualitas optimal. Keempat, peserta diajarkan teknik pengolahan adonan yang benar, mulai dari pencampuran hingga pengulenan. Kelima, peserta dibekali keterampilan teknik penggorengan yang tepat untuk menghasilkan tekstur donut yang sempurna. Terakhir, peserta juga diajarkan cara pembuatan berbagai variasi topping untuk meningkatkan daya tarik visual dan cita rasa produk

Pendampingan Produksi dan Quality Control

Pendampingan produksi dilakukan secara intensif untuk memastikan kualitas produk konsisten. Tim pengabdian mendampingi peserta dalam setiap tahap produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga produk jadi. Aspek quality control yang ditekankan meliputi konsistensi tekstur adonan, ketepatan suhu penggorengan, dan standarisasi ukuran donut.

Dikembangkan enam varian donut untuk meningkatkan variasi produk: (1) Original dengan taburan gula halus, (2) Coklat dengan coating coklat dan meses, (3) Keju dengan parutan keju cheddar, (4) Matcha dengan coating matcha dan almond slice, (5) Strawberry dengan glaze strawberry dan taburan oreo, dan (6) Premium dengan coating white chocolate dan buah-buahan segar. Harga jual ditetapkan berkisar Rp5.000 hingga Rp10.000 per buah sesuai varian.

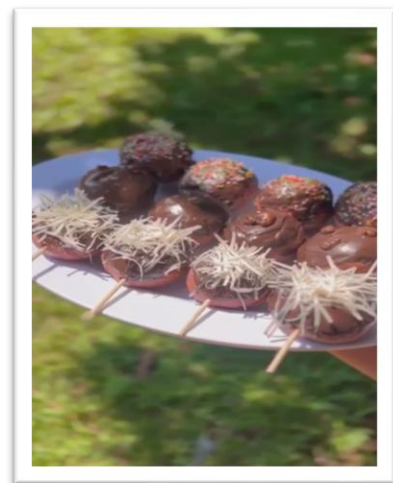
Standar quality control diterapkan melalui checklist produksi yang mencakup pemeriksaan bahan baku, kontrol suhu fermentasi dan penggorengan, serta evaluasi produk akhir. Hasil menunjukkan 92% peserta mampu membuat donut dengan kualitas baik secara mandiri setelah pendampingan intensif.



Gambar 1 :
Bahan Donut Ubi
Unggu



Gambar 2 :
Proses Pembuatan
Donut Ubi Unggu



Gambar 3 :
Bentuk Donut Ubi
Unggu

Pelatihan Pengemasan dan Branding

Pelatihan pengemasan dan branding bertujuan meningkatkan daya saing produk melalui identitas visual yang menarik dan profesional. Brand "Sate Donat Mini 17" dipilih sebagai identitas produk untuk membangun brand awareness dan kebanggaan terhadap produk lokal.

Kemasan menggunakan kotak kardus food grade dengan desain berwarna ungu dan putih. Logo brand menampilkan ilustrasi donut ungu dengan background Kota Semarang untuk memperkuat identitas lokal. Setiap kemasan dilengkapi label

yang mencantumkan nama produk, komposisi, informasi nilai gizi, tanggal produksi dan kedaluwarsa, nomor PIRT, logo halal, serta informasi kontak dan media sosial.

Kemasan dirancang eco-friendly dengan bahan yang dapat didaur ulang, sesuai tren konsumsi berkelanjutan. Hasil survei menunjukkan 76% konsumen tertarik membeli karena kemasan yang menarik dan informatif. Desain kemasan yang profesional terbukti meningkatkan perceived value produk di mata konsumen.



Gambar 4 & 5 :
Labeling Donut Ubi

Pelatihan Manajemen Usaha dan Pemasaran

Pelatihan manajemen usaha memberikan pemahaman tentang pengelolaan usaha yang efektif. Materi meliputi perhitungan harga pokok produksi, penetapan harga jual, pencatatan keuangan sederhana, dan manajemen modal usaha. Analisis kelayakan usaha menunjukkan hasil yang menguntungkan. Dari 1 kg ubi ungu seharga Rp8.000 dapat diproduksi 15 donut dengan biaya total Rp25.000. Dengan harga jual rata-rata Rp6.000 per buah, total pendapatan mencapai Rp90.000 dengan keuntungan bersih Rp65.000 atau margin keuntungan 260%. Nilai tambah yang dihasilkan mencapai 1.025% dari harga bahan baku ubi ungu.

Analisis break even point menunjukkan dengan produksi 100 donut per minggu, usaha dapat mencapai titik impas pada bulan kedua setelah investasi awal peralatan sebesar Rp3.500.000. Proyeksi pendapatan bersih dengan produksi 150 donut per minggu adalah sekitar Rp2.400.000 per bulan. Return on Investment (ROI) sebesar 68,5% dalam waktu 6 bulan dengan payback period 5-6 bulan menunjukkan usaha ini layak dikembangkan.

Strategi pemasaran menggunakan pendekatan multi-channel meliputi penjualan langsung di acara kelurahan dan bazar, titip jual di kantin kampus UNNES

dan sekolah-sekolah sekitar, pemasaran online melalui Instagram dan WhatsApp Business, serta kerjasama dengan coffee shop dan kedai kopi lokal. Akun Instagram @donutungyu.mangunsari dibuat dengan konten visual menarik untuk membangun engagement dengan konsumen.

Strategi promosi awal menggunakan soft launching dengan pembagian sample gratis kepada tokoh masyarakat, mahasiswa, dan influencer lokal untuk mendapatkan testimoni. Promo bundling (beli 6 gratis 1) dan diskon untuk pembelian dalam jumlah banyak diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam dua bulan pertama, produk berhasil menjual rata-rata 150-200 donut per minggu dengan tren penjualan yang terus meningkat.



Gambar 6 & 7 :
Pemaparan materi
pelatihan

Dampak Program terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Program memberikan dampak positif signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dari 25 peserta, 12 orang (48%) melanjutkan produksi secara konsisten, dengan 3 orang membuka usaha permanen dengan produksi harian. Terbentuk kelompok usaha "Sate Donat Mini 17" beranggotakan 8 orang dengan sistem produksi kolektif dan pembagian keuntungan yang adil.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta sangat signifikan. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman dari 38% menjadi 87%. Keterampilan praktis meningkat dari 80% peserta yang tidak bisa membuat donut menjadi 92% peserta yang mampu membuat donut berkualitas baik secara mandiri.

Dampak ekonomi terlihat dari peningkatan pendapatan peserta yang aktif berproduksi, berkisar Rp1.800.000 hingga Rp3.500.000 per bulan. Pendapatan ini memberikan kontribusi berarti bagi ekonomi keluarga. Dampak sosial terlihat dari

penguatan solidaritas dan kerjasama antarwarga dalam berbagi pengalaman, saling membantu produksi, pembelian bahan baku bersama, dan strategi pemasaran kolektif. Keberhasilan ini sejalan dengan temuan Tifani Kautsar et al. (2025) bahwa inovasi produk lokal dapat meningkatkan produktivitas kewirausahaan dan kesejahteraan masyarakat.

Kepercayaan diri peserta meningkat signifikan. Banyak peserta yang awalnya ragu, kini dengan percaya diri mempromosikan produk dan melakukan transaksi dengan pelanggan. Beberapa peserta bahkan mulai berinovasi dengan mengembangkan varian donut baru seperti donut ubi ungu isi coklat, donut ubi ungu dengan taburan kacang, dan donut ubi ungu bentuk karakter untuk anak-anak.

Tantangan dan Solusi Implementasi

Pelaksanaan program menghadapi beberapa tantangan yang memerlukan solusi strategis. Tantangan pertama adalah konsistensi kualitas produk, terutama ukuran donut, tingkat kematangan, dan keseragaman warna. Solusi yang diterapkan adalah pembuatan Standard Operating Procedure (SOP) produksi yang detail, penggunaan takaran presisi, dan quality control pada setiap tahap produksi.

Tantangan kedua adalah keterbatasan modal untuk pembelian peralatan produksi. Solusi yang diterapkan meliputi sistem sharing peralatan dalam kelompok, fasilitasi akses permodalan melalui koperasi kelurahan dengan bunga ringan, serta pengajuan bantuan peralatan ke program CSR perusahaan di Kota Semarang.

Tantangan ketiga adalah fluktuasi ketersediaan dan harga ubi ungu. Solusi yang diterapkan adalah pembentukan kemitraan dengan kelompok tani ubi ungu di daerah Sumowono dan Bandungan untuk menjamin pasokan bahan baku dengan harga stabil. Kontrak kerjasama jangka panjang dengan sistem pre-order diterapkan untuk menjaga kontinuitas pasokan.

Tantangan keempat adalah persaingan dengan produk donut dari brand besar yang sudah established. Solusi yang diterapkan adalah positioning produk sebagai "donut sehat berbahan lokal" dengan unique selling proposition warna ungu alami dan kandungan antioksidan tinggi. Harga yang lebih terjangkau (Rp5.000-10.000 vs Rp10.000-15.000) menjadi keunggulan kompetitif. Strategi lokalisasi dengan menargetkan konsumen di lingkungan Gunungpati dan kampus UNNES memberikan keunggulan proximity dan freshness.

Tantangan kelima adalah umur simpan produk yang relatif singkat (2-3 hari pada suhu ruang). Solusi yang diterapkan adalah sistem produksi based on order untuk meminimalisir waste, edukasi konsumen tentang cara penyimpanan yang benar di refrigerator (dapat bertahan 5-7 hari), serta eksplorasi pengembangan produk donut frozen yang dapat disimpan lebih lama.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat "Inovasi Ubi Ungu Menjadi Donut sebagai Kreativitas Produk Lokal di Kelurahan Mangunsari" berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Pelatihan meningkatkan pengetahuan peserta dari 38% menjadi 87%, dengan 92% peserta mampu membuat donut ubi ungu berkualitas baik. Formulasi optimal dengan substitusi 37,5% puree ubi ungu menghasilkan produk dengan warna ungu menarik, tekstur lembut, dan tingkat penerimaan organoleptik 84-88%.

Analisis nilai tambah menunjukkan peningkatan nilai ekonomis 1.025% dari harga bahan baku dengan margin keuntungan 260%. Kelayakan usaha ditunjukkan melalui ROI 68,5% dalam 6 bulan dan payback period 5-6 bulan. Terbentuk kelompok usaha "Sate Donat Mini 17" dengan 48% peserta aktif berproduksi, menghasilkan pendapatan tambahan Rp1,8-3,5 juta per bulan. Program memberikan dampak positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat dan peningkatan nilai tambah komoditas lokal.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Program pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan berbagai pihak. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus (UNTAG) 1945 Semarang, yang telah memberikan pendanaan dan dukungan pelaksanaan program.
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus (UNTAG) 1945 Semarang
3. Pemerintah Kelurahan Mangunsari, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan.
4. Ibu-ibu PKK, kelompok dasawisma, dan pemuda Kelurahan Mangunsari yang telah berpartisipasi aktif sebagai peserta program.
5. Kelompok tani ubi ungu di daerah Sumowono dan Bandungan yang telah menjalin kemitraan dalam penyediaan bahan baku.
6. Seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat ini.

Semoga program ini memberikan manfaat berkelanjutan bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pengembangan produk lokal kreatif di Kelurahan Mangunsari.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, A., Khasanah, F., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Pengembangan bisnis Choubi sebagai inovasi olahan pangan lokal berbasis ubi ungu. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 2(3), 18. <https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.724>
- Anggraeni, N., & Subari, S. (2020). Pendapatan dan nilai tambah pengolahan ubi jalar ungu di UD Ganesha Kecamatan Pacet Kabupaten Mojokerto. *Agriscience*, 1(2), 429–447. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i2.8124>
- Arifin, S. (2021). Analisa kelayakan usaha keripik ubi ungu pada UKM Bima Sakti Majalaya Bandung. *AGRITEKH (Jurnal Agribisnis Dan Teknologi Pangan)*, 2(1), 64–71. <https://doi.org/10.32627/agritekh.v2i1.73>
- Basrin, F., Berlian, M., Indriasari, Y., & Chaniago, R. (2021). Analisis kelayakan kimiawi dan organoleptik produk tortilla ubi jalar ungu (*Ipomoea batatas* L). *Agroland: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 28(2), 133–145. <https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v28i2.708>
- Dwi Mutiara. (2020). Analisis nilai tambah home industri stik ubi ungu di Kabupaten OKU Timur. *Jurnal Bakti Agribisnis*, 6(02), 7–16. <https://doi.org/10.53488/jba.v6i02.90>

- Iftita, M., Fadilah Sahur, E., & Al Farizi, F. (2024). Mie ubi ungu sebagai peluang usaha kreativitas mahasiswa yang bernilai jual. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1852–1856. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.8564>
- Mustafa, A., & Elliyana, E. (2020). Pemanfaatan ampas kedelai pada pembuatan brownies "gluten free" ubi jalar ungu dan uji kelayakannya. *Agrointek*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v14i1.4714>
- Nina Arum Dani1, & Prihastuti Ekawatiningsih, M. P. (2018). Pemanfaatan substitusi tepung ubi ungu pada pembuatan purple dimsum sebagai frozen food utilization. 3(32), 1–44. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i1.3634>
- Noer, R. M., Juliana, T., Maulani, R. G., Nababan, A. N., Nurlince, N., & Tuwanakotta, M. (2022). Pemanfaatan ubi jalar ungu dengan inovasi cookies sebagai alternatif snack diabetes melitus. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 250–257. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i1.3634>
- Sabrina, A. V., & Wardana, M. A. (2023). Inovasi pembuatan brownies berbahan dasar oat, kurma, dan ubi jalar. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 2(8), 1889–1894. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i8.516>
- Sari, S. E., Afrini, D., Harissatria, Firnando, E., & Surtina, D. (2023). Pemberdayaan anggota kelompok tani Sehati Nagari Koto Laweh Kecamatan Lembang Jaya Kabupaten Solok melalui pengolahan tepung ubi ungu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mahaputra Muhammad Yamin*, 2(2), 189–195. <https://ojs.ummy.ac.id/index.php/jupemy/article/view/456>
- Sushanti, G., Makkulawu, A. R., & Ilyas. (2020). Desiminasi produk teknologi ke masyarakat; Penerapan teknologi tepat guna untuk produksi tepung ubi ungu pada UKM. *Jurnal Pengabdian KITA*, 03(01), 1–7. <https://www.ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/PKITA/article/view/371>
- Tifani Kautsar, Aesa Musaropah, Sofia Andini, Muhammad Yusuf Faiz Arroyyan, 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>