

Garuda Desa: Transformasi Petani Ubi jadi *Sociopreneur* Berbasis Kolaborasi Fiskal

Neni Nurhayati ^{1,*}

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

neni.nurhayati@uniku.ac.id;

* Corresponding author

 <https://doi.org/10.25134/jise.v5i1.197>

Article history: Received January 29, 2026; Revised April 5, 2026; Accepted April 7, 2026; Available online April 7, 2026

Abstrak: Program Garuda Desa yang dilaksanakan di Desa Sindangbarang, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, bertujuan mengoptimalkan potensi agrikultur lokal melalui diversifikasi produk olahan ubi ungu dan penguatan ekosistem niaga digital. Program ini melibatkan 45 peserta aktif yang tergabung dalam tiga kelompok sasaran, yaitu Kelompok Wanita Tani (KWT), PKK, dan Karang Taruna. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang dikombinasikan dengan metode CEFE (Creation Of Enterprises Formation Of Entrepreneurs), meliputi rangkaian Focus Group Discussion (FGD), pelatihan teknis produksi, serta pendampingan manajerial selama 5 bulan (Juli–November 2024). Tahapan intervensi mencakup konversi bahan baku menjadi tepung, pembuatan 4 varian pangan inovatif (cookies, sistik, roti, selai), workshop standarisasi kemasan, hingga fasilitasi legalitas usaha. Hasil program menunjukkan capaian indikator keberhasilan 100% yang ditandai dengan terbentuknya 1 kelompok usaha rintisan yang terlegalisasi, kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), sertifikasi halal, serta tersedianya 3 platform e-commerce (Instagram, Shopee, Google Maps). Mitra strategis yang terlibat meliputi PLUT Kabupaten Kuningan, GenBI, Diskopdagperin, dan UPTD Pertanian Jalaksana. Temuan signifikan mengindikasikan bahwa integrasi aspek teknis produksi dengan literasi keuangan digital dan sertifikasi halal secara simultan efektif meningkatkan daya saing ekonomi desa. Program ini berhasil menciptakan model kemandirian yang berkelanjutan melalui sinergi kemitraan strategis lintas sektoral.

Kata Kunci: Digitalisasi; Diversifikasi Pangan; Ekonomi Desa; Legalitas Usaha; Pemberdayaan Masyarakat.

Abstracts: The Garuda Desa program, implemented in Sindangbarang Village, Jalaksana District, Kuningan Regency, West Java, aims to optimize the local agricultural potential of purple sweet potato through processed product diversification and the strengthening of the digital commercial ecosystem. This program involved 45 active participants from three target groups: the Women Farmers Group (KWT), PKK, and Karang Taruna youth organization. The implementation method utilized a Participatory Action Research (PAR) approach combined with the CEFE (Creation Of Enterprises Formation Of Entrepreneurs) method, encompassing Focus Group Discussions (FGD), technical production training, and managerial assistance over 5 months (July–November 2024). Intervention stages included converting raw materials into flour, creating 4 innovative food variants (cookies, crackers, bread, jam), packaging standardization workshops, and business legality facilitation. The results indicated a 100% success rate, marked by the formation of 1 legalized startup business group, possession of Business Identification Numbers (NIB), halal certification, and the availability of 3 e-commerce platforms (Instagram, Shopee, Google Maps). Strategic partners involved included PLUT Kuningan Regency, GenBI, Diskopdagperin, and UPTD Agricultural Extension Jalaksana. Significant findings show that integrating technical production aspects with digital financial literacy and halal certification simultaneously effectively enhances village economic competitiveness. The program successfully established a sustainable independence model through cross-sectoral strategic partnership synergy.

Keyword: Business Legality; Community Empowerment; Digitalization; Food Diversification; Village Economy.

1. PENDAHULUAN

Kondisi Geografis dan Potensi Empiris Wilayah Desa Sindangbarang, yang terletak di Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, merupakan wilayah agraris dengan profil geografis yang strategis. Terletak pada ketinggian 550-600 mdpl dengan iklim tropis, desa ini memiliki luas wilayah 135.642 Ha yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Japara di utara dan Kecamatan Kramatmulya di selatan. Secara demografis, desa ini dihuni oleh 3.999 jiwa dengan mayoritas mata pencaharian penduduk berada di sektor pertanian (285 orang petani). Kekuatan ekonomi utama desa ini terletak pada lahan produktif seluas 52 Ha (38,34% dari total wilayah) yang mampu melaksanakan panen tiga kali dalam setahun, dengan ubi ungu sebagai komoditas yang paling menonjol. Data menunjukkan bahwa 1 hektar lahan di Sindangbarang mampu menghasilkan 1,2 ton ubi ungu dalam sekali panen, menandakan potensi suplai bahan baku yang sangat melimpah.

Pemilihan Desa Sindangbarang sebagai lokasi program pengabdian didasarkan pada potensi sumber daya alam berupa hasil tani ubi dan sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian, dengan jumlah petani yaitu 285 orang. Desa Sindangbarang ini memiliki luas lahan produktif pertanian sebesar 52 Ha, yang merupakan 38,34% dari total wilayah desa dan mampu menghasilkan panen 3 kali dalam setahun. Hasil pertanian yang paling menonjol adalah ubi ungu. Ubi ungu merupakan komoditas unggulan yang dihasilkan oleh masyarakat desa.

Meskipun memiliki keunggulan komparatif pada produksi ubi ungu, Desa Sindangbarang masih menghadapi kendala struktural yang menghambat pertumbuhan ekonomi digital. Masalah utama yang ditemukan secara faktual adalah rantai distribusi tradisional di mana petani cenderung menjual hasil panen mentah langsung kepada tengkulak. Hal ini menyebabkan rendahnya nilai jual dan hilangnya potensi nilai tambah (*added value*). (Ayu et al., 2021) menegaskan bahwa tanpa diversifikasi produk, komoditas pertanian akan tetap berada pada level harga dasar yang rentan dimainkan oleh pasar. Selain itu, masyarakat masih mengalami keterbatasan pengetahuan teknis mengenai inovasi pengolahan ubi ungu menjadi produk turunan, serta lemahnya pemahaman dalam pengemasan produk dan strategi pemasaran digital yang terstruktur, sehingga produk lokal sulit bersaing di pasar yang lebih luas.

Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal secara teoretis merupakan strategi kunci dalam menciptakan kemandirian ekonomi. Konsep *One Village One Product* (OVOP) yang dikembangkan oleh (Nurhayati, 2020b) membuktikan bahwa fokus pada satu produk unggulan desa dapat menciptakan ekosistem entrepreneur yang tangguh. Pengembangan ubi ungu menjadi produk inovatif tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi (Adriani et al., 2025), tetapi juga memerlukan sentuhan teknologi pangan. Pengolahan ubi ungu menjadi tepung merupakan langkah strategis untuk memperpanjang masa simpan dan fleksibilitas produk (cookies, roti, selai). Namun, transformasi ini harus didukung oleh metode *Creation Of Enterprises Formation Of Entrepreneurs* (CEFE) untuk mengubah pola pikir masyarakat menjadi *sociopreneur* yang solutif (Nurhayati, 2021). Lebih lanjut, (Nurhayati & Rahman, 2023) serta (Sari & Sulistyowati, 2020) mengingatkan bahwa keberlanjutan UMKM desa sangat bergantung pada aspek legalitas, seperti sertifikasi halal dan pendaftaran hak cipta, guna memberikan jaminan keamanan bagi konsumen.

Orisinalitas dan Kebaruan Program Penelitian dan pengabdian ini memiliki orisinalitas dalam integrasi program "Garuda Desa" yang diinisiasi oleh PPK ORMAWA UBC 2024. Kebaruan program ini terletak pada pendekatan holistiknya – tidak hanya fokus pada pelatihan produksi, tetapi juga mengawal proses hilirisasi hingga pengesahan unit usaha dan pendaftaran hak cipta. (Kautsar et al., 2025) secara spesifik mencatat bahwa inovasi produk ubi ungu di Sindangbarang menjadi pembeda karena menggabungkan kearifan lokal dengan tren konsumsi modern. Program ini juga mengintegrasikan literasi keuangan digital (Nurfatimah & Nurhayati, 2023) untuk memastikan pengelolaan pendapatan UMKM desa tercatat secara profesional dan transparan.

Tujuan dan Partisipasi Masyarakat Tujuan utama dari pengabdian ini adalah mengoptimalkan pemanfaatan ubi ungu sebagai alternatif bahan pokok guna meningkatkan produktivitas kewirausahaan masyarakat Desa Sindangbarang. Melalui keterlibatan aktif kelompok sasaran yang meliputi KWT (Kelompok Wanita Tani), PKK, dan Karang Taruna, program ini memfasilitasi interaksi dua arah melalui *workshop upgrade packaging* dan *digital marketing* (Nurhayati, 2020a). Partisipasi masyarakat bukan sekadar sebagai objek, melainkan subjek yang terlibat langsung dalam proses produksi hingga pemasaran digital menggunakan Google Bisnis dan media sosial (Diyana & Putra, 2025). Dengan dukungan kemitraan yang kuat (Aryati et al., 2024), diharapkan tercipta kelompok usaha rintisan yang mandiri, yang pada akhirnya akan meningkatkan taraf kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Sindangbarang secara berkelanjutan (Nurhayati et al., 2021).

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR) yang dikombinasikan dengan pendekatan CEFE (*Creation Of Enterprises Formation Of Entrepreneurs*). PAR dipilih karena memungkinkan keterlibatan aktif masyarakat sebagai subjek – bukan sekadar objek – dalam seluruh tahapan program, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Sementara itu, metode CEFE diintegrasikan untuk mentransformasi pola pikir petani menjadi sociopreneur yang solutif, dengan cara membekali peserta keterampilan kewirausahaan berbasis potensi lokal secara terstruktur. Kombinasi kedua pendekatan ini terbukti efektif dalam mendorong perubahan perilaku ekonomi masyarakat secara berkelanjutan (Nurhayati, 2021). Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sindangbarang, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Program berlangsung selama kurang lebih 5 bulan, terhitung sejak bulan Juli hingga November 2024. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada data sekunder yang menunjukkan bahwa Desa Sindangbarang memiliki luas lahan ubi ungu sebesar 52 Ha namun belum memiliki hilirisasi produk yang memadai.

Kondisi Sasaran Sebelum Program (*Baseline*) Sebelum program dilaksanakan, kondisi masyarakat di Desa Sindangbarang berada pada tahap *subsistence farming*, di mana ubi ungu hanya dianggap sebagai komoditas jual putus kepada tengkulak dengan harga rendah (rata-rata Rp2.500 - Rp4.000/kg). Secara situasional, belum terdapat kelompok usaha (UMKM) yang terlegalisasi, minimnya pengetahuan tentang teknologi pangan (seperti pembuatan tepung ubi), serta belum adanya identitas visual (*branding*) dan saluran pemasaran digital bagi produk olahan ubi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memastikan program tepat sasaran, tim pengabdian menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu : 1) Observasi lapangan, tahap ini dilakukannya pemetaan secara langsung terhadap luas lahan dan produktivitas hasil tani ubi ungu, 2) Wawancara mendalam (*in-depth interview*), tahap ini dilakukan kepada perangkat desa, tokoh masyarakat, dan ketua kelompok tani untuk mengidentifikasi hambatan utama dalam kewirausahaan, 3) Survei Kebutuhan (*Need Assessment*), dilakukannya penyebaran kuesioner kepada calon anggota kelompok rintisan (KWT dan Karang Taruna) untuk mengukur tingkat pemahaman awal mengenai literasi keuangan dan pemasaran digital, selanjutnya tahap terakhir 4) Validitas dan Reliabilitas, instrumen kuesioner divalidasi dan diuji keterandalannya melalui sinkronisasi data profil desa tahun 2023. Setelah data terkumpul, tim pelaksana melakukan analisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan proses transformasi perilaku masyarakat serta menggunakan analisis perbandingan situasi sebelum dan sesudah intervensi. Hal ini bertujuan untuk menjawab tujuan pengabdian mengenai sejauh mana optimalisasi ubi ungu dapat meningkatkan produktivitas kewirausahaan masyarakat setempat.

Pelaksanaan program dilakukan melalui rangkaian kerangka kerja yang sistematis dan berkelanjutan. Tahapan dimulai dari sosialisasi program Garuda Desa yang dilanjutkan dengan pelatihan intensif inovasi produksi, mulai dari pembuatan tepung ubi ungu hingga diversifikasi produk seperti cookies, roti, dan selai. Guna memperkuat sisi pemasaran, dilaksanakan workshop upgrade packaging dan digital marketing yang mencakup pemanfaatan media sosial serta Google Bisnis. Sebagai langkah akhir untuk menjamin keberlanjutan dan perlindungan usaha, adanya fasilitasi workshop legalitas untuk memperoleh sertifikasi halal serta membantu proses pengesahan kelompok usaha rintisan dan pendaftaran hak cipta. Dengan integrasi metode ini, hasil yang diharapkan (*Expected Outcomes*) dari pengabdian ini melalui metode tersebut yaitu terbentuknya kelompok usaha rintisan yang memiliki legalitas resmi, meningkatnya nilai jual ubi ungu melalui produk turunan yang memiliki kemasan modern dan sertifikasi halal, tersedianya *platform* pemasaran digital (Instagram, Shopee, Google Maps) yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat, dan terciptanya kemandirian ekonomi masyarakat Desa Sindangbarang yang berkelanjutan melalui optimalisasi potensi lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program PPK ORMAWA UBC 2024 di Desa Sindangbarang telah berhasil mengubah paradigma masyarakat dari petani konvensional menjadi *sociopreneur*. Berdasarkan hasil evaluasi, program ini mencapai tingkat keberhasilan 100% pada seluruh indikator utama, mulai dari peningkatan pemahaman peluang hasil tani hingga pembentukan kemitraan strategis. Proses ini diawali dengan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama pemerintah desa dan kelompok sasaran (PKK, KWT, Karang Taruna) untuk merumuskan strategi "Garuda Desa" yang solutif. Melalui sosialisasi konsep kewirausahaan sosial, masyarakat mulai memahami pentingnya nilai tambah ekonomi yang beriringan dengan dampak sosial bagi desa. Gambar 1 menunjukkan proses pelatihan produksi tepung ubi ungu yang melibatkan 45 anggota KWT, PKK, dan Karang Taruna secara aktif dalam kegiatan pengolahan bahan baku.



Gambar 1. Kegiatan Produksi

Hasil konkret dari pelatihan produksi menunjukkan peningkatan keterampilan masyarakat dalam mengolah ubi ungu menjadi tepung sebagai bahan baku, yang kemudian didiversifikasi menjadi produk inovatif seperti cookies, sistik, roti, dan selai ubi ungu. Sebagaimana diperlihatkan pada Gambar 2, program ini berhasil menghasilkan empat varian produk inovatif berbasis ubi ungu yang memiliki nilai jual jauh lebih tinggi dibandingkan komoditas mentah. Perubahan signifikan juga terlihat pada aspek legalitas dan pemasaran; kelompok rintisan kini telah memiliki *e-commerce* mandiri dan identitas produk yang kuat melalui workshop upgrade packaging serta pendaftaran hak cipta.



Sistik



Selai



Roti



Cookies

Gambar 2. Produk Inovatif

Sebagaimana terlihat pada Tabel 1, seluruh indikator program menunjukkan transformasi signifikan dari kondisi baseline menuju kondisi pasca-program, dengan capaian 100% pada lima indikator utama yang meliputi aspek produksi, pemasaran, legalitas, kemitraan, dan literasi keuangan digital.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Program

Indikator	Sebelum Program (Baseline)	Sesudah Program (Impact)	Capaian (%)
Produksi	Jual mentah ke tengkulak, harga rendah.	Produksi tepung & 4 varian olahan (cookies, roti, dll).	100%

Pemasaran	Bergantung pada pasar lokal/tengkulak.	Pemasaran Online (e-commerce) & Offline (pameran).	100%
Legalitas	Tidak memiliki izin usaha/legalitas.	Pengesahan UMKM Kelompok Rintisan & NIB.	100%
Kemitraan	Terbatas pada hubungan internal desa.	Kolaborasi dengan PLUT, GenBI, Diskopdagperin, UPTD.	100%
Literasi	Minim pengetahuan keuangan & digital.	Mampu mengelola keuangan digital & konten medsos.	100%

Keberhasilan transformasi ubi ungu di Desa Sindangbarang membuktikan bahwa diversifikasi produk merupakan strategi efektif untuk memutus ketergantungan pada tengkulak. Hal ini sejalan dengan teori (Ayu et al., 2021) yang menekankan pentingnya inovasi pengolahan untuk meningkatkan nilai jual komoditas. Melalui pelatihan produksi tepung, masyarakat kini memiliki bahan baku yang lebih fleksibel untuk menciptakan berbagai produk turunan, yang menurut (Adriani et al., 2025), sangat krusial dalam meningkatkan nilai ekonomi produk lokal secara signifikan. Gambar 3 memperlihatkan momen pengesahan resmi Kelompok Usaha Rintisan Garuda Desa yang menandai tercapainya legalitas formal sebagai tonggak keberlanjutan program.



Gambar 3. Pengesahan UMKM Kelompok Usaha Rintisan

Interaksi dengan mitra strategis seperti PLUT, GenBI, dan Diskopdagperin menjadi kunci penguatan kapasitas UMKM. Dukungan dalam workshop *upgrade packaging* dan *digital marketing* telah meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen, sesuai dengan pandangan (Diyana & Putra, 2025) mengenai peran vital ekosistem digital dalam memperluas jangkauan pasar. Partisipasi aktif dari PKK, KWT, dan Karang Taruna menunjukkan adanya adopsi inovasi yang kuat (Nurfatimah & Nurhayati, 2023). Integrasi ketiga elemen masyarakat ini menjadi satu kelompok usaha rintisan mencerminkan keberhasilan metode CEFE dalam menciptakan wirausaha baru (Nurhayati, 2021).

Aspek keberlanjutan program ini didasarkan pada sinergi pentahelix yang melibatkan Perguruan Tinggi (Uniku), Pemerintah Desa, dan Mitra Sektorial seperti UPTD Pertanian Jalaksana. Kolaborasi fiskal

antarpihak—yang mencakup kontribusi pendanaan dari Kemendikbudristek melalui PPK ORMAWA, dukungan teknis dari instansi pemerintah daerah, serta sumber daya dari mitra swasta dan lembaga keuangan seperti GenBI—menjadi fondasi utama keberlangsungan ekosistem kewirausahaan desa ini. Penandatanganan kerja sama dengan UPTD memastikan adanya dukungan teknis dan jaringan pasar jangka panjang. Sebagaimana dinyatakan oleh (Aryati et al., 2024) pendampingan pasca-program sangat menentukan keberhasilan usaha di desa. Dengan adanya pengesahan UMKM dan literasi keuangan digital yang mumpuni, kelompok usaha Garuda Desa kini memiliki fondasi hukum dan manajerial yang kuat untuk bersaing di pasar yang lebih luas (Nurhayati & Rahman, 2023) serta (Sari & Sulistyowati, 2020). Dampak jangka panjang dari pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara berkelanjutan, selaras dengan tujuan pengabdian masyarakat berbasis potensi desa (Kautsar et al., 2025).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan program PPK ORMAWA UBC 2024 di Desa Sindangbarang, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi ubi ungu melalui program "Garuda Desa" telah berhasil mentransformasi profil ekonomi masyarakat secara komprehensif. Diskusi menunjukkan bahwa keberhasilan ini tidak hanya bertumpu pada aspek teknis produksi, tetapi pada penguatan ekosistem kewirausahaan yang mengintegrasikan inovasi produk, legalitas, dan digitalisasi. Program ini telah menjawab tantangan rendahnya nilai jual komoditas ubi ungu dengan tingkat keberhasilan indikator mencapai 100%.

Kegiatan pemberdayaan ini memberikan dampak nyata berupa peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat melalui diversifikasi produk (tepung, cookies, roti, dan selai) yang memiliki nilai jual jauh lebih tinggi dibandingkan ubi mentah. Manfaat sosial terlihat pada terbentuknya kelompok usaha rintisan yang menyatukan elemen PKK, KWT, dan Karang Taruna, sehingga menciptakan modal sosial yang kuat. Selain itu, masyarakat kini memiliki kemandirian digital dalam mengelola *e-commerce* dan kepercayaan diri hukum melalui kepemilikan NIB serta sertifikasi halal.

Pengabdian ini menghasilkan sebuah Model "*Holistic Sociopreneurship Ecosystem*" (HSE) dalam pemberdayaan desa agraris. Berbeda dengan model pemberdayaan konvensional yang seringkali terfragmentasi, model HSE ini menggabungkan empat pilar utama secara simultan, 1) Pilar hilirisasi produk, yaitu adanya transformasi komoditas primer menjadi bahan baku antara (tepung) untuk menjaga keberlanjutan produksi, 2) Pilar formalisasi kelembagaan, yaitu pengesahan unit usaha rintisan dan aspek legalitas sebagai fondasi daya saing pasar modern, 3) Pilar digitalisasi terintegrasi, adanya pemanfaatan *e-commerce* dan pemasaran digital sebagai instrumen utama perluasan jangkauan pasar, dan 4) Pilar kolaborasi fiskal lintas-sektor (sinergi pentahelix), yaitu kemitraan strategis yang melibatkan kontribusi sumber daya dari akademisi, pemerintah desa, instansi sektoral (PLUT & Diskopdagperin), lembaga keuangan (GenBI), dan UPTD Pertanian sebagai penjamin keberlanjutan program. Model ini terbukti efektif dalam memutus rantai ketergantungan pada tengkulak dan dapat diadopsi sebagai prototipe pemberdayaan di desa-desa dengan karakteristik potensi agrikultur serupa.

Untuk pengembangan pemberdayaan masyarakat lebih lanjut, disarankan pemerintah desa dan kelompok usaha rintisan perlu mulai menjajaki kerja sama dengan minimarket atau toko oleh-oleh skala regional guna meningkatkan volume penjualan. Kelompok usaha disarankan untuk terus melakukan riset pasar secara mandiri guna menciptakan varian rasa baru atau produk turunan lain agar tetap relevan dengan selera konsumen. Selain itu, Tim PPK ORMAWA UBC dan organisasi mahasiswa terkait harus melakukan pendampingan pasca-program secara periodik selama minimal 3 tahun untuk memastikan manajemen usaha tetap berjalan sehat dan transparan. Selanjutnya, untuk infrastruktur produksi perlu adanya peningkatan fasilitas alat produksi yang lebih modern dan efisien seiring dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap produk Garuda Desa.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui Program Penguatan Kapasitas Organisasi Mahasiswa (PPK ORMAWA) tahun 2024. Apresiasi setinggi-tingginya juga ditujukan kepada Universitas Kuningan, khususnya Bagian Kemahasiswaan dan UKM Uniku Business Community (UBC), atas bimbingan serta fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan program.

Terima kasih yang tulus kami sampaikan kepada Pemerintah Desa Sindangbarang, seluruh anggota Kelompok Wanita Tani (KWT), PKK, serta Karang Taruna yang telah berpartisipasi aktif dan bekerja sama sebagai mitra utama dalam program "Garuda Desa". Penulis juga berterima kasih kepada para mitra strategis, di antaranya Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) Kabupaten Kuningan, Dinas Koperasi, Dagang, dan Perindustrian (Diskopdagperin), serta UPTD Pertanian Jalaksana, atas dukungan teknis dan workshop yang diberikan guna memperkuat legalitas serta pemasaran produk UMKM lokal. Dukungan dari berbagai pihak tersebut telah memungkinkan tercapainya transformasi ekonomi masyarakat berbasis potensi ubi ungu secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, A., Khasanah, F., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2025). Pengembangan Bisnis Choubi sebagai Inovasi Olahan Pangan Lokal berbasis Ubi Ungu. *Journal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat*, 2(3), 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.724>
- Aryati, I., Sudarwati, S., Dewi, T. R., & Setyo, W. A. (2024). PEMBERDAYAAN PENGRAJIN KERIPIK UBI UNGU MELALUI PENDAMPINGAN DAN IDENTIFIKASI KEMITRAAN DI DESA KARANGLO KECAMATAN TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR. *Jurnal BUDIMAS*, 06(03), 1–8. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jurnalbudimas/article/view/13003>
- Ayu, I. G., Kusumawati, W., Nursini, N. W., Gunawan, P. W., Bagus, I., & Yogeswara, A. (2021). Diversifikasi Olahan Ubi Ungu Di Desa Samsam, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 7(2), 66–70. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31940/bp.v7i2.66-70>
- Diyana, N. F., & Putra, M. A. (2025). Digitalisasi Pemasaran UMKM Melalui Google Bisnis dan Maps: Studi Kasus Keripik Ubi Faizah. *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 282–289. <https://doi.org/https://doi.org/10.59435/gjpm.v3i1.1339>
- Kautsar, T., Arroyyan, Y. F., Musaropah, A., Andini, S., Latifah, S. N., & Kharisma, I. (2025). Inovasi Produk Lokal: Peran Ubi Ungu dalam Meningkatkan Produktivitas Kewirausahaan di Desa Sindangbarang. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1–5. <https://doi.org/https://doi.org/10.25134/jise.v4i2.104>
- Nurfatimah, S. N., & Nurhayati, E. (2023). PENYULUHAN PENGELOLAAN KEUANGAN RUMAH TANGGA DAN PENGGUNAAN APLIKASI PENGATUR KEUANGAN DIGITAL. *JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA*, 4(2), 1043–1051. <https://doi.org/10.46306/jabb.v4i2.534>
- Nurhayati, N. (2020a). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS ONE VILLAGE ONE PRODUCT : JASUCI SEBAGAI PRODUK UNGGULAN CISANTANA DALAM MENCIPTAKAN ENTERPRENEUR BERBASIS POTENSI DESA. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 03(02), 123–129. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v3i02.2757>
- Nurhayati, N. (2020b). Penguatan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Jangkauan Pemasaran Produk Handcraft Desa Babakanmulya Kuningan Jabar. *INTERNATIONAL JOURNAL OF PUBLIC DEVOTION*, 3(2), 44–50. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/ijpd/article/view/638>
- Nurhayati, N. (2021). PEMBERDAYAN MASYARAKAT MELALUI CREATION OF ENTERPRISES FORMATION OF ENTREPRENEURS (CEFÉ) SEBAGAI UPAYA MENGHADAPI DAMPAK EKONOMI AKIBAT ADANYA WABAH COVID 19. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 04(01), 10–16. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i01.3514>
- Nurhayati, N., & Rahman, A. (2023). Digital Transformation and Legal Empowerment of Village MSMEs: Kuningan Regency Case Study. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 132–139. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v8i2.8821>
- Nurhayati, N., Suhendar, D., Purnama, D., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., & Kuningan, U. (2021). PELATIHAN OPTIMASI DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL SEBAGAI KIAM BERTAHAN DI MASA PANDEMI

BAGI KELOMPOK UP2K DESA SEMBAWA. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 04(03), 298–303. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v4i03.4658>

Sari, M. K., & Sulistyowati, E. (2020). KESADARAN HUKUM PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH BERKAITAN KEPEMILIKAN SERTIFIKAT HALAL PADA PRODUK OLAHAN PANGAN. *NOVUM : JURNAL HUKUM*, 7(1), 35–42. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/novum/article/view/31780>