

Analisis Penerapan Inovasi Keripik Pisang Lunana Choco dalam Penguatan Jiwa Wirausaha Mahasiswa

Meilinda Suriani Harefa¹, Syukri Hidayat¹, Antonius Raply Situmorang¹, Devy Kristina Silaban¹, Putri Seruni¹

Jurusan Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

meilindasuriani@unimed.ac.id, syukriehd@unimed.ac.id,

antonius.3232431002@mhs.unimed.ac.id, devykristina.3231131029@mhs.unimed.ac.id,
putriseruni.3231131031@mhs.unimed.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the implementation of product innovation based on local raw materials and its role in strengthening the entrepreneurial spirit of students through the development of the product Lunana Choco Banana Chips. The research employed a qualitative descriptive approach using practice-based research, with the subjects consisting of all members of the Lunana Choco team involved in production, packaging, and marketing. The results show that product innovation utilizing locally sourced bananas enhances students' creativity, production skills, business management, and self-confidence in entrepreneurship. The innovation is reflected in the differentiation of flavor variants, packaging design, digital marketing strategies, and brand strengthening. In addition, the study identifies several challenges, including limited capital, inconsistent raw material supply, and price fluctuations. However, these challenges can be addressed through collaborative strategies such as contribution-based funding, pre-order systems, standardized production procedures, and expanded marketing access. These findings emphasize that innovation based on local.

Keywords: *Product innovation, local materials, entrepreneurial spirit, banana chips, Lunana Choco.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan inovasi produk berbasis bahan lokal serta peranannya dalam penguatan jiwa wirausaha mahasiswa melalui studi pengembangan produk Keripik Pisang Lunana Choco. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis praktik langsung (practice-based research) dengan subjek seluruh anggota tim Lunana Choco yang terlibat dalam produksi, pengemasan, dan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berbasis bahan dasar pisang lokal mampu meningkatkan kreativitas, keterampilan produksi, manajemen usaha, serta kepercayaan diri mahasiswa dalam berwirausaha. Penerapan inovasi terlihat dari diferensiasi varian rasa, desain kemasan, strategi pemasaran digital, dan penguatan brand. Selain itu, penelitian menemukan berbagai permasalahan seperti keterbatasan modal, ketidakkonsistenan bahan baku, dan fluktuasi harga. Namun, permasalahan tersebut dapat diatasi melalui strategi kolaboratif seperti sistem iuran, pre-order, standar operasional produksi, dan perluasan akses pemasaran. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi berbasis bahan lokal dapat menjadi model pembelajaran kewirausahaan yang efektif dan aplikatif bagi mahasiswa.

Article history

Received: September 2025

Reviewed: Oktober 2025

Published: November 2025

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Kata Kunci: <i>Inovasi produk, bahan lokal, jiwa kewirausahaan, keripik pisang, Lunana Choco</i>	
---	--

1. Pendahuluan

Dalam era ekonomi kreatif saat ini, perguruan tinggi dituntut untuk tidak hanya menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan akademik, tetapi juga memiliki jiwa wirausaha yang kuat, kreatif, dan mampu beradaptasi dengan persaingan global. Penguatan jiwa kewirausahaan menjadi salah satu komponen penting dalam mempersiapkan mahasiswa agar mampu menciptakan peluang usaha secara mandiri. Kewirausahaan tidak hanya terkait dengan kemampuan membuka usaha, tetapi juga dengan kemampuan melihat peluang, berinovasi, dan menciptakan nilai tambah melalui kreativitas Suryana (2013). Oleh karena itu, pengembangan produk berbasis proyek (project-based learning) menjadi strategi efektif dalam mendorong mahasiswa untuk terlibat langsung dalam praktik kewirausahaan.

Salah satu potensi besar yang dapat dimanfaatkan mahasiswa dalam berwirausaha adalah penggunaan bahan lokal sebagai dasar inovasi produk. Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, termasuk komoditas pisang yang mudah dijumpai dan memiliki nilai ekonomi tinggi. Pemanfaatan pisang sebagai bahan baku lokal tidak hanya mendukung kemandirian produksi, tetapi juga menciptakan peluang pengembangan usaha yang berkelanjutan dan terjangkau. Produk olahan pisang, seperti keripik, telah lama diminati oleh berbagai kalangan karena rasanya yang khas, harga yang terjangkau, serta peluang inovasi yang luas. Hal ini sejalan dengan pendapat Hidayat (2019) bahwa inovasi berbasis potensi lokal mampu meningkatkan nilai jual produk sekaligus melatih mahasiswa dalam berpikir kreatif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Berdasarkan pengamatan terhadap tren konsumsi di kalangan remaja dan mahasiswa, camilan manis dengan cita rasa unik dan tampilan menarik memiliki permintaan yang tinggi. Kondisi ini mendorong mahasiswa untuk mengembangkan Keripik Pisang Lunana Choco, sebuah inovasi camilan berbahan dasar pisang lokal yang dipadukan dengan berbagai varian rasa seperti cokelat, tiramisu, stroberi, dan greentea. Inovasi ini tidak hanya menonjolkan nilai khas bahan lokal, tetapi juga menghadirkan kreativitas dalam olahan rasa, pengemasan, dan pemasaran. Melalui proses produksi, pengolahan, desain kemasan, hingga promosi digital, mahasiswa dilatih untuk menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan secara langsung.

Kegiatan pengembangan produk kreatif ini menjadi media pembelajaran yang mengintegrasikan teori kewirausahaan dengan praktik di lapangan. Mahasiswa tidak hanya belajar mengenai proses produksi, tetapi juga tentang manajemen usaha, analisis pasar, strategi promosi, branding, serta kemampuan bekerja dalam tim. Pengalaman ini terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri, kemampuan mengambil keputusan, komunikasi, serta kreativitas mahasiswa dalam menjalankan sebuah usaha. Dengan demikian, penelitian tentang pengembangan Keripik Pisang Lunana Choco berperan penting dalam memperkuat jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui pemanfaatan bahan lokal yang mudah dijangkau dan bernilai ekonomi tinggi.

Melalui penelitian ini, diharapkan mahasiswa semakin mampu mengidentifikasi potensi lokal sebagai peluang usaha, menciptakan inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen, serta mengembangkan karakter wirausaha yang kreatif, mandiri, dan berorientasi pada keberlanjutan. Selain itu, penelitian ini menjadi contoh konkret bagaimana bahan lokal dapat menjadi dasar pengembangan usaha kreatif yang tidak hanya bermanfaat bagi mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi lokal.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif berbasis praktik langsung (practice-based research) yang bertujuan menggambarkan secara nyata proses pengembangan produk kreatif “Keripik Pisang Lunana Choco” berbahan lokal. Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus hingga Oktober 2025 di rumah No. 12 Komplek IAIN Medan, Jl. Pancing II, Indra Kasih, Medan, yang dipilih karena memberikan akses optimal terhadap kegiatan produksi dan memungkinkan peneliti melakukan observasi intensif. Subjek penelitian mencakup seluruh anggota tim Lunana Choco yang terlibat langsung dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran, sementara objek penelitian meliputi proses serta hasil pengembangan produk keripik pisang sebagai inovasi berbasis bahan lokal.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap setiap tahapan kegiatan produksi mulai dari pemilihan bahan, pengirisan, penggorengan, pencampuran varian rasa, hingga pengemasan yang dicatat dalam logbook harian; dokumentasi berupa foto dan video proses produksi serta penjualan; serta refleksi anggota tim mengenai pengalaman, kendala, dan keterampilan yang diperoleh selama kegiatan. Prosedur penelitian juga mencakup spesifikasi bahan dan peralatan, yaitu pisang kepok/nangka, minyak goreng, gula, varian bubuk rasa (cokelat, tiramisu, stroberi, greentea), alat pengiris pisang, wajan, kompor, spinner minyak, timbangan, dan kemasan standing pouch maupun thinwall. Seluruh data dianalisis menggunakan model analisis deskriptif kualitatif Miles & Huberman yang meliputi reduksi data untuk memilih informasi relevan terkait proses inovasi produk, penyajian data dalam bentuk narasi serta tabel kegiatan, dan penarikan kesimpulan untuk merumuskan strategi pengembangan produk serta kontribusinya terhadap penguatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Desain penelitian yang disusun secara sistematis ini memberikan gambaran komprehensif mengenai prosedur penelitian sehingga dapat direplikasi oleh peneliti lain dalam konteks serupa.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengembangan Produk Berbasis Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengembangkan inovasi produk makanan ringan berbahan dasar pisang lokal melalui pembuatan Keripik Pisang Lunana Choco. Proses inovasi dimulai dari penggalan ide berdasarkan tren konsumsi camilan manis di lingkungan mahasiswa, dilanjutkan dengan pemilihan bahan baku lokal, khususnya pisang kepok dan nangka yang mudah ditemukan serta memiliki nilai ekonomi terjangkau. Inovasi dikembangkan melalui penambahan varian rasa seperti cokelat, tiramisu, stroberi, dan greentea yang sesuai dengan selera pasar saat ini. Desain kemasan yang praktis dan menarik turut menjadi bagian penting dalam usaha meningkatkan daya tarik produk.

3.2 Proses Produksi dan Penerapan Inovasi

Tahapan produksi meliputi persiapan alat dan bahan, pengirisan pisang, penggorengan, penirisan, pemberian varian rasa, hingga pengemasan. Proses ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah berhasil menerapkan inovasi berbasis bahan lokal dengan memadukan teknik produksi sederhana namun higienis. Kemasan standing pouch dan thinwall digunakan untuk menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan nilai estetika. Penerapan inovasi ini terlihat

dari peningkatan kualitas produk, konsistensi rasa, dan penyempurnaan desain kemasan dari waktu ke waktu.

3.3 Peningkatan Keterampilan dan Jiwa Wirausaha

Pengembangan Lunana Choco memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jiwa wirausaha mahasiswa. Mahasiswa menunjukkan perkembangan dalam keterampilan produksi, manajemen keuangan, pengelolaan modal, pemasaran digital, kerja sama tim, hingga kemampuan pengambilan keputusan. Selain itu, kegiatan bazar dan promosi online turut melatih mahasiswa dalam berkomunikasi dengan konsumen, memahami preferensi pasar, dan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan langsung dalam proses produksi dan pemasaran mampu memperkuat karakter

Pengembangan Lunana Choco memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jiwa wirausaha mahasiswa. Mahasiswa menunjukkan perkembangan dalam keterampilan produksi, manajemen keuangan, pengelolaan modal, pemasaran digital, kerja sama tim, hingga kemampuan pengambilan keputusan. Selain itu, kegiatan bazar dan promosi online turut melatih mahasiswa dalam berkomunikasi dengan konsumen, memahami preferensi pasar, dan menentukan strategi pemasaran yang tepat. Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan langsung dalam proses produksi dan pemasaran mampu memperkuat karakter kewirausahaan seperti kreativitas, inovasi, tanggung jawab, serta keberanian mengambil risiko.



Gambar 1. Kegiatan Bazar

3.4 Proses Produksi dan Penerapan Inovasi

Produk Lunana Choco mendapatkan respons positif dari mahasiswa dan masyarakat sekitar. Harga jual antara Rp 5.000 hingga Rp 12.000 dinilai sangat sesuai dengan daya beli konsumen. Varian rasa yang beragam serta kemasan modern memperkuat daya saing produk di lingkungan kampus. Data penjualan selama sembilan minggu menunjukkan peningkatan

pendapatan signifikan setiap minggunya, dan titik impas (BEP) berhasil dicapai pada minggu ketiga. Tingginya minat pembeli dan stabilnya permintaan menjadi indikator bahwa inovasi produk berbahan lokal dapat diterima dengan baik oleh pasar.

Tabel 1. Perkiraan BEP

Minggu	Pendapatan (Rp)	Harga Rata- rata per PCS	Perkiraan Unit Terjuan (PCS)	Keterangan BEP
1.	60.000	10.000 / 5.000	6 pcs	Di bawah BEP, masih rugi
2.	140.000	10.000 / 5.000	28 pcs	Mendekati BEP
3.	415.000	5.000 / 10.000 /12.000	52 pcs	Sudah BEP / untung kecil
4.	484.000	5.000 / 10.000 /12.000	134 pcs	Untung mulai terlihat
5.	777.000	5.000/10.000/ 12.000	112 pcs	Menguntungkan
6.	648.000	5.000/10.000/ 12.000	103 pcs	Menguntungkan
7.	708.000	5.000/10.000/ 12.000	115 pcs	Menguntungkan
8.	781.000	5.000/10.000/ 12.000	118 pcs	Menguntungkan
9.	848.000	5.000/10.000/ 12.000	123 pcs	Menguntungkan

Tabel 2. Strategi Penyelesaian Masalah

No.	Permasalahan	Solusi	Langkah Penerapan (Implementasi Nyata)
1.	Modal terbatas	Menambah sumber pendanaan	- Sistem iuran anggota yang jelas- Membuka pre-order untuk menghasilkan modal sebelum produksi- Mengikuti program pendanaan kampus (PKM, PMW, Inkubasi Bisnis)- Pengelolaan modal dengan metode penghematan bahan & efisiensi alat
2.	Kualitas bahan baku pisang tidak konsisten	Standarisasi bahan baku & kerja sama dengan pemasok tetap	- Menyusun SOP bahan baku (ukuran, tingkat kematangan, warna)- Bekerja sama dengan pedagang/petani tertentu agar kualitas stabil- Pelatihan penyimpanan bahan agar tidak cepat rusak
3.	Waktu lama, terbatas	produksi tenaga	Penjadwalan produksi penggunaan bantu
4.	Manajemen usaha keuangan masih rendah	Pelatihan manajemen & penggunaan aplikasi pembukuan	Menggunakan aplikasi keuangan, (BukuWarung, CatatUsaha, Excel)- Menentukan harga jual berdasarkan HPP- Mengadakan briefing mingguan untuk evaluasi produksi & keuangan

5.	Promosi dan pemasaran kurang optimal	Penguatan strategi digital marketing	- Membuat konten menarik menggunakan Canva- Mengaktifkan promosi melalui Instagram Reels, WhatsApp Story, dan testimoni pembeli- Kolaborasi dengan akun kampus/UKM dan mengikuti event bazar
6.	Persaingan dengan produk camilan lain	Meningkatkan diferensiasi produk	- Memperkuat keunikan rasa, kualitas bahan lokal, dan tekstur keripik- Mengembangkan kemasan lebih estetik dan kekinian- Menawarkan varian Limited Edition musiman
7.	Fluktuasi harga bahan baku (minyak, coklat)	Efisiensi pembelian dan alternatif pemasok	- Membeli bahan dalam jumlah besar saat harga stabil (bulk buying)- Memilih pemasok baru dengan harga kompetitif- Menyesuaikan gramasi produk tanpa mengubah harga terlalu besar
8.	Kesibukan kuliah menghambat produksi	Sistem kerja rotasi dan SOP produksi	- Membuat SOP alur kerja agar siapapun bisa melanjutkan produksi- Jadwal tugas berbasis rotasi anggota- Menyusun timeline produksi setiap minggu
9.	Pasar terbatas pada area kampus	Perluasan jangkauan pemasaran	- Menitipkan produk di kantin, koperasi, dan warung sekitar kampus- Membuka layanan

			online.
--	--	--	---------

Dalam proses pengembangan produk Keripik Pisang Lunana Choco, tim mahasiswa menghadapi berbagai permasalahan yang sesuai dengan dinamika kewirausahaan yang dijelaskan Oleh Peneliti. Masalah pertama adalah keterbatasan modal usaha. Hal ini sering dialami oleh wirausaha pemula, seperti yang dikemukakan oleh Zimmerer & Scarborough (2008) bahwa modal yang terbatas adalah hambatan utama dalam memulai usaha. Untuk mengatasi ini, tim menggunakan beberapa strategi, seperti sistem iuran anggota, memperkenalkan pre-order, serta mempertimbangkan pembiayaan dari program kewirausahaan kampus seperti PKM atau PMW. Langkah ini sesuai dengan pendapat Suryana (2013) yang menyatakan bahwa kemampuan wirausaha untuk memanfaatkan berbagai sumber pendanaan alternatif merupakan bagian dari inovasi yang harus dikembangkan sejak dini.

Masalah kedua adalah ketidakkonsistenan kualitas bahan baku pisang, yang menjadi bahan utama produk. Untuk mengatasinya, tim menetapkan standar operasional proses (SOP), seperti menentukan tingkat kematangan dan ukuran pisang, serta membangun kerja sama dengan pemasok tetap. Langkah ini sesuai dengan teori Manajemen Operasional Heizer & Render (2014) yang menekankan bahwa kontrol terhadap kualitas bahan baku sangat penting dalam menjaga kualitas dan keberlanjutan usaha.

Dalam aspek produksi, keterbatasan waktu dan tenaga karena kesibukan perkuliahan menyebabkan proses produksi memakan waktu lebih lama. Untuk mengatasinya, tim mengadopsi sistem pembagian shift produksi, serta menggunakan alat bantu seperti mesin pengiris pisang dan spinner minyak untuk meningkatkan efisiensi produksi. Ini merupakan contoh nyata penerapan prinsip efisiensi produksi yang dijelaskan oleh Kotler & Armstrong (2012), yaitu pentingnya memanfaatkan teknologi sederhana untuk meningkatkan produktivitas usaha kecil menengah (UKM).

Dalam manajemen usaha, tim juga menghadapi kendala dalam pencatatan keuangan dan penentuan harga pokok produksi. Untuk mengatasi ini, tim menggunakan aplikasi digital seperti Buku dan Excel untuk mencatat transaksi, yang menunjukkan peningkatan literasi keuangan mahasiswa. Hal ini mendukung pandangan Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2020) bahwa digitalisasi sistem pencatatan berperan penting dalam meningkatkan akurasi, transparansi, dan strategi penentuan harga. Selain itu, penerapan metode harga pokok produksi (HPP) dalam menentukan harga jual sesuai dengan teori akuntansi biaya yang

dijelaskan oleh Mulyadi (2016), di mana harga jual harus memperhitungkan seluruh biaya untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Di bidang pemasaran, kurangnya strategi promosi yang optimal menjadi tantangan utama bagi usaha kuliner baru. Untuk mengatasi hal ini, tim memperkuat pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, serta memanfaatkan konten visual dari Canva dan testimoni pelanggan. Strategi ini sesuai dengan teori pemasaran digital menurut Chaffey (2015) yang menekankan bahwa penggunaan visual dan interaksi dengan pelanggan di media sosial dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen muda. Selain itu, penggunaan bazar kampus sebagai media promosi juga sesuai dengan penelitian Fatimah (2021) yang menunjukkan bahwa bazar mahasiswa efektif sebagai alat branding bagi UMKM pemula.

Persaingan produk camilan di wilayah kampus juga menjadi hambatan lain yang harus diatasi. Untuk mendiferensiasi produk, tim menghadirkan variasi rasa yang sesuai tren, meningkatkan kualitas bahan lokal, dan menggunakan desain kemasan yang kreatif. Hal ini merupakan implementasi dari teori diferensiasi Porter (1985) yang menyatakan bahwa daya saing dapat diperkuat melalui keunikan produk yang tidak dimiliki kompetitor. Penambahan varian edisi khusus juga meningkatkan pengalaman konsumen, sesuai dengan teori pemasaran modern Kotler (2017).

Fluktuasi harga bahan baku seperti minyak dan cokelat memaksa mahasiswa menerapkan efisiensi dalam pembelian. Langkah-langkah seperti membeli secara grosir ketika harga stabil, mencari pemasok alternatif, dan menyesuaikan ukuran kemasan menunjukkan bahwa mahasiswa menerapkan prinsip adaptasi pasar sesuai dengan penjelasan Hisrich, Peters, & Shepherd (2017), yang menyebutkan bahwa wirausaha harus mampu melakukan penyesuaian operasional sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis. Kesibukan kuliah yang menyebabkan ketidakkonsistenan produksi berhasil diatasi dengan menyusun SOP produksi yang sederhana dan bisa diikuti seluruh tim. Sistem rotasi kerja membantu membagi tugas secara merata. Pendekatan ini sesuai dengan konsep manajemen berbasis tim oleh Robbins & Coulter (2016), yang menyatakan bahwa organisasi kecil dapat meningkatkan produktivitas melalui kerja tim yang terstruktur.

Terakhir, keterbatasan jangkauan pasar yang hanya fokus pada lingkungan kampus berhasil diatasi dengan memperluas saluran distribusi, seperti menitipkan produk di kantin,

memanfaatkan platform online seperti Shopee Food/GoFood UMKM, serta mencari reseller. Strategi ini mendukung teori perluasan pasar menurut Kotler & Keller (2016) yang menekankan pentingnya memperluas distribusi untuk memperluas pangsa pasar. Upaya ini juga sejalan dengan hasil penelitian Rahmawati (2022) yang menunjukkan bahwa distribusi multi-kanal mampu meningkatkan penjualan UMKM makanan ringan hingga 35%.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan Keripik Pisang Lunana Choco berhasil memperkuat jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui penerapan inovasi berbasis bahan lokal. Proses produksi, pengemasan, dan pemasaran yang dilakukan secara langsung membuat mahasiswa mampu mengembangkan kreativitas, kemampuan manajemen usaha, serta pemahaman terhadap kebutuhan pasar. Inovasi produk, diferensiasi rasa, dan strategi pemasaran digital terbukti meningkatkan daya tarik serta penerimaan produk di lingkungan kampus. Berbagai kendala seperti keterbatasan modal, kualitas bahan yang tidak stabil, dan persaingan pasar dapat diatasi melalui kerja sama tim, standar operasional, serta pemanfaatan media promosi yang lebih efektif. Penelitian ini menegaskan bahwa pemanfaatan bahan lokal dapat menjadi model pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif dan memberikan dasar bagi penelitian lanjutan dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran UMKM mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anita, S. Y. (2022). *Analisis strategi bersaing usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di masa pandemi COVID-19 dalam perspektif etika bisnis Islam (Studi pada pelaku UMKM keripik pisang di Jl. ZA. Pagar Alam)*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(1), 352-362. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3912>
- [2] Anwar, A., May, N. L., Mansyur, F. I., Ruatakurey, N. E., Rumbrapuk, D., & Asmuruf, E. (2023). *Pelatihan pembuatan keripik pisang sebagai sarana peluang bisnis untuk ibu PKK di Kampung Aimasi, Papua Barat*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Pertanian, 2(2), 135-140.
- [3] Artaningtyas, W. D., dkk. (2020). *Wirausaha Keripik Pisang*. Yogyakarta: LPPM UPNVY Press.
- [4] Bangsawan, S. (2015). *Manajemen Pemasaran Usaha Kecil*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [5] Cahyawati, N., Arifin, B., & Indriani, Y. (2020). *Analisis nilai tambah keripik pisang kepok dan sistem pemasaran pisang kepok (Musa paradisiaca) di Kabupaten Pesawaran*. Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis (JIIA), 8(1), 101-107.
- [6] Damayanti, F., & Daspar, D. (2025). *Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi kasus pada UMKM "Kripik Pisang Coklat Yusifa")*. JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 3(4), 93-102.
- [7] Darmawati, Pardeanto, G., Januar, J., Aprilyani, L., Anwar, M. N., Syabani, M. R., Nurbaiti,

- Pratama, S., Wulandari, Y. T., & Yuniarti. (2024). *Pemanfaatan hasil perkebunan pisang di Desa Tanjung menjadi olahan keripik pisang lumer*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 2(6), 2395-2399.
- [8] Dewantoro, Ad. (2020). *Peran Wirausaha dalam Wirausaha Pelaku Usaha Mikro*. CV Putra Media Nusantara (PMN).
- [9] Efendi, N. P., Besar, I., Minarti, F. R., Wahdania, I., & Musin, I. A. (2024). *Strategi komunikasi pemasaran produk keripik pisang Askha Jaya dalam meningkatkan daya saing untuk oleh-oleh khas Lampung*. Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia, 4(12), 1370-1382.
- [10] Halimah, B. E. S., Firmansyah, H. H., Haris, A. F., Fitri, A. S., Ridyasmara, M. Y., Riyadi, M., & Maulidia, S. A. (2024). *Peningkatan nilai ekonomi masyarakat melalui pengolahan pisang menjadi keripik rasa coklat*. Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB UNRAM, 6(1), 43-50.
- [11] Hayati, N., Jhonson, R., Husein, C., dkk. (2025). *Pengembangan UMKM: Inovasi pembuatan kerupuk pisang bersama masyarakat Desa Tanjung Sialang sebagai peluang usaha dalam meningkatkan ekonomi masyarakat*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 1(2), 275-284. <https://doi.org/10.63822/fppzj535>
- [12] Helyadiasti, F., Santosa, R. P., & Fiana, R. M. (2023). *Nilai Tambah dan Prospek Pengembangan Usaha pada Produk Olahan Keripik Pisang*. Pematangsiantar: Guepedia.
- [13] Hidayat, W. W. (2020). *Pengantar Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi*. CV Pena Persada.
- [14] Hilal, I., dkk. (2023). *Pembuatan keripik pisang aneka rasa sebagai upaya peningkatan nilai jual di Kampung Pulau Batu*. Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia, 1(2), 84-88.
- [15] Iskandar. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi: Mencari Pembelajaran yang Efektif*. PT Edukati Inti Cemerlang.
- [16] Lestari, L. P., Rodli, A. F., Ngibad, K., & Setiawan. (2022). *Penerapan Teknologi Tepat Guna terhadap Pengolahan Produk Aneka Keripik*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- [17] Marsya, A., Musthofa, M. A., Nurjali, & Wandu. (2025). *Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk keripik pisang "Merasa" di Kabupaten Tanjung Jabung Timur*. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, 12(1), 39-52.
- [18] Maulida, Y. A., & Habiburahman. (2022). *Analisis strategi pemasaran keripik pisang di era pandemi COVID-19*. SIBATIK Journal, 1(4), 303-314. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.34>
- [19] Masyhudi, L., & Murianto, M. (2023). *Pengolahan keripik pisang coklat Desa Wisata Sesaot*. Media Bina Ilmiah, 17(12), 3039-3044.
- [20] Noerhartati, E., & Jatiningrum, C. (2021). *Pendidikan Kewirausahaan di Indonesia*. Indramayu: Penerbit Adab.
- [21] Purba, D. S., Kurniullah, A. Z., dkk. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- [22] Putri, C. P., & Hasibuan, Y. M. (2023). *Produksi dalam pandangan Islam (Studi kasus UMKM Keripik Pisang Mas Kiki)*. MAMEN: Jurnal Manajemen, 2(3), 320-326. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i3.2041>