MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Implementasi Strategi Pengembangan Produk Kreatif untuk Meningkatkan Keterampilan Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Kasus Produksi Keripik Pisang Lunana Choco

Meilinda Suriani Harefa[1], Syukri Hidayat[1], Mardella Sarifa[1], Ruth Anastasya Siregar[1], Pradipa Nasywa Syukri[1]
[1]Jurusan Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia
meilindasuriani@unimed.ac.id, syukriehd@unimed.ac.id, mardellasarifa@gmail.com, tasyasiregar.3233131011@mhs.unimed.ac.id, pnsyukri@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the implementation of creative product development strategies as a means of improving students' entrepreneurial skills through the production of "Lunana Choco Banana Chips." The research method uses a descriptive qualitative approach based on direct practice, with data collection techniques in the form of observation, documentation, and team member reflection. The results show that the product development process began with brainstorming, selecting local raw materials, designing the brand, and developing a digital-based marketing strategy. The implementation of these strategies improved students' skills in production, financial management, branding, marketing, teamwork, and problem solving. In addition, students gained real-world experience in the business process, from planning to business evaluation. The market response to Lunana Choco products showed positive acceptance, especially on campus, as indicated by increased sales during the weeks of production. This study confirms that practice-based creative product development can be an effective entrepreneurial learning model in fostering creativity, confidence, and entrepreneurial spirit among students.

Keywords: ***Product Development Strategy, Student Entrepreneurship, Creativity, Lunana Choco, Entrepreneurship Education***

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pengembangan produk kreatif sebagai sarana peningkatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa melalui produksi "Keripik Pisang Lunana Choco". Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif berbasis praktik langsung, dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan refleksi anggota tim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pengembangan produk dimulai dari penggalian ide, pemilihan bahan baku lokal, perancangan merek, hingga strategi pemasaran berbasis digital. Implementasi strategi tersebut mampu meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam aspek produksi, manajemen keuangan, branding, pemasaran, kerja sama tim, dan pemecahan masalah. Selain itu, mahasiswa memperoleh pengalaman nyata mengenai proses bisnis, mulai dari perencanaan hingga evaluasi usaha. Respon pasar terhadap produk Lunana Choco menunjukkan penerimaan positif, terutama di lingkungan kampus, ditunjukkan oleh peningkatan penjualan pada minggu-minggu produksi. Penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan produk kreatif berbasis praktik dapat

Article history
Received: September 2025
Reviewed: Oktober 2025
Published: November 2025

Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.365
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

menjadi model pembelajaran kewirausahaan yang efektif dalam menumbuhkan kreativitas, rasa percaya diri, serta jiwa wirausaha mahasiswa.
Kata Kunci: ***Strategi Pengembangan Produk, Kewirausahaan Mahasiswa, Kreativitas, Lunana Choco, Pendidikan Kewirausahaan***

Pendahuluan

Perkembangan era digital dan revolusi industri kreatif mendorong dunia pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya unggul secara akademis, tetapi juga adaptif, kreatif, serta memiliki kemampuan berwirausaha. Perguruan tinggi saat ini diharapkan menjadi ruang pembelajaran yang tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga menyediakan pengalaman praktik yang dapat menumbuhkan kecakapan hidup, termasuk keterampilan mengelola usaha. Kondisi tersebut menunjukkan urgensinya model pembelajaran yang mengintegrasikan kreativitas, inovasi produk, dan pengalaman langsung dalam proses produksi maupun pemasaran.

Mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki potensi besar untuk menciptakan inovasi berbasis potensi lokal, namun realitas pembelajaran kewirausahaan di banyak perguruan tinggi masih didominasi pendekatan teoretis. Akibatnya, mahasiswa sering kesulitan mengaplikasikan konsep yang telah dipelajari ke dalam konteks nyata. Padahal, pembelajaran berbasis praktik langsung (practice-based learning) terbukti mampu meningkatkan kemampuan berpikir kritis, keterampilan teknis, dan keberanian mengambil keputusan dalam kegiatan usaha. Dalam konteks inilah pengembangan produk kreatif menjadi media strategis untuk melatih keterampilan kewirausahaan sekaligus mengenalkan mahasiswa pada dunia bisnis secara konkret.

Salah satu potensi lokal yang mudah dijumpai dan memiliki nilai ekonomis tinggi adalah pisang. Buah ini tidak hanya melimpah, tetapi juga dapat diolah menjadi berbagai produk makanan ringan yang digemari berbagai kalangan. Keripik pisang khususnya telah menjadi komoditas unggulan di berbagai daerah karena permintaan pasar yang stabil dan proses pengolahannya yang relatif mudah. Dengan memanfaatkan potensi tersebut, mahasiswa dapat mengembangkan produk kreatif yang mampu bersaing di pasar lokal dengan sentuhan inovasi rasa, kemasan, maupun strategi pemasaran.

Produksi “Keripik Pisang Lunana Choco” menjadi salah satu bentuk implementasi nyata pembelajaran kewirausahaan berbasis proyek. Proses pengembangan produk ini mencakup tahap perencanaan usaha, identifikasi bahan baku lokal, pengolahan produk, penentuan varian rasa, desain kemasan, hingga promosi melalui media digital. Serangkaian proses tersebut tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mahasiswa dalam produksi pangan, tetapi juga melatih kemampuan manajemen keuangan, branding, pemasaran, kerja sama tim, dan evaluasi usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk kreatif yang diterapkan mampu menghasilkan produk yang memiliki daya tarik dan nilai jual. Respon konsumen, terutama dari lingkungan kampus, menunjukkan penerimaan yang baik terhadap produk Lunana Choco. Hal ini memperkuat pandangan bahwa inovasi produk berbasis potensi lokal dan didukung strategi pemasaran yang tepat berperan penting dalam meningkatkan peluang keberhasilan usaha mahasiswa.

Dalam konteks pendidikan kewirausahaan, pengalaman langsung seperti ini berperan signifikan dalam menumbuhkan kepercayaan diri, kreativitas, serta semangat berwirausaha. Oleh karena itu, implementasi strategi pengembangan produk kreatif melalui pembuatan Keripik Pisang Lunana Choco menjadi model pembelajaran yang relevan, aplikatif, dan efektif

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi. Produktivitas, inovasi, dan kemampuan adaptif yang terbentuk melalui kegiatan ini menjadi fondasi penting bagi mahasiswa untuk menghadapi persaingan dunia kerja maupun memulai usaha mandiri di masa depan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model practice-based research yang menekankan pada pengalaman langsung mahasiswa dalam proses pengembangan produk kreatif. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara komprehensif bagaimana strategi pengembangan produk diaplikasikan dalam situasi nyata, serta bagaimana proses tersebut berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Subjek penelitian terdiri dari enam mahasiswa yang tergabung sebagai tim produksi “Lunana Choco”, sedangkan objek penelitian mencakup seluruh aktivitas pengembangan produk mulai dari tahap perencanaan, produksi, pengemasan, hingga pemasaran.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, dokumentasi, dan refleksi anggota tim. Observasi dilakukan pada setiap tahap kegiatan produksi untuk memperoleh data nyata terkait proses kerja, pembagian tugas, pengambilan keputusan, serta dinamika tim. Dokumentasi berupa foto, video, catatan produksi, dan bukti pemasaran digunakan untuk mendukung validitas data dan memberikan gambaran visual mengenai aktivitas usaha. Selain itu, refleksi individu dan kelompok dikumpulkan untuk mengetahui perkembangan keterampilan mahasiswa, persepsi mereka terhadap proses pembelajaran, serta evaluasi terhadap strategi pengembangan produk yang diterapkan.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi hasil observasi dan dokumentasi dipilih dan disaring untuk memperoleh data yang paling relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disusun dalam bentuk narasi deskriptif untuk menggambarkan kronologi kegiatan dan perkembangan keterampilan mahasiswa. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan temuan penelitian untuk menentukan efektivitas strategi pengembangan produk kreatif dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Prosedur analisis ini memastikan bahwa hasil penelitian menggambarkan kondisi lapangan secara objektif sekaligus memberikan pemahaman mendalam mengenai proses pembelajaran berbasis praktik yang diterapkan pada produksi Keripik Pisang Lunana Choco.

Hasil dan Pembahasan

1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi pengembangan produk kreatif melalui produksi “Keripik Pisang Lunana Choco” mampu memberikan pengalaman pembelajaran nyata bagi mahasiswa dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Proses produksi yang dilakukan selama sembilan minggu menunjukkan perkembangan signifikan dalam kemampuan mahasiswa untuk merencanakan, mengolah, mempromosikan, hingga mengevaluasi sebuah produk makanan ringan berbasis bahan lokal.

Pada tahap pengembangan produk, mahasiswa berhasil merumuskan konsep produk kreatif dengan memanfaatkan pisang kepok sebagai bahan baku utama. Inovasi dilakukan melalui pengembangan berbagai varian rasa meliputi cokelat, tiramisu, stroberi, dan greentea. Pengembangan kemasan juga menjadi aspek penting, di mana mahasiswa merancang label, slogan, serta tampilan kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik visual produk.

Proses produksi berjalan secara sistematis mulai dari persiapan bahan, pengirisan, penggorengan, pemberian rasa, hingga pengemasan. Para mahasiswa menunjukkan peningkatan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

kemampuan dalam menjaga kualitas produk, mengontrol kebersihan, dan menyesuaikan proses produksi berdasarkan evaluasi konsumen. Dari aspek pemasaran, promosi dilakukan melalui dua saluran utama, yaitu penjualan langsung di lingkungan kampus dan pemasaran digital melalui media sosial.

Tabel 1. Perkembangan Penjualan Mingguan Usaha Lunana Choco

Minggu	Pendapatan (Rp)	Jumlah Produk Terjual	Keterangan
1	60.000	6 pcs	Penjualan perdana, promosi awal
2	140.000	28 pcs	Mulai dikenalkan ke mahasiswa
3	415.000	52 pcs	Mulai dikenal luas
4	484.000	134 pcs	Permintaan meningkat signifikan
5	777.000	112 pcs	Varian rasa semakin lengkap
6	648.000	103 pcs	Produk semakin stabil
7	708.000	115 pcs	Pesanan dan eceran meningkat
8	781.000	118 pcs	Produk diterima dengan baik
9	848.000	123 pcs	Puncak penjualan, permintaan tinggi

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Tabel data penjualan menunjukkan peningkatan pendapatan yang signifikan dari minggu ke minggu. Pada minggu pertama, usaha hanya mampu menjual 6 pcs dengan pendapatan Rp60.000, namun pada minggu ketiga penjualan melonjak hingga 52 pcs dengan pendapatan Rp415.000. Lonjakan ini dipengaruhi oleh perbaikan kualitas cokelat, inovasi varian rasa, serta peningkatan strategi promosi.

Puncak penjualan terjadi pada minggu kesembilan dengan pendapatan Rp848.000 dan total penjualan 123 pcs, menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital dan penjualan kombinasi (PO + eceran) berjalan efektif. Tren kenaikan ini mengindikasikan bahwa produk semakin diterima oleh konsumen dan mahasiswa mampu melakukan adaptasi serta evaluasi terhadap permintaan pasar secara berkelanjutan.

Selain peningkatan pada aspek produksi dan pemasaran, mahasiswa mengalami perkembangan keterampilan kewirausahaan secara signifikan. Mereka menjadi lebih terampil dalam bekerja sama, mengelola waktu, membuat keputusan, mengatur keuangan, serta berkomunikasi dengan konsumen.

2 Pembahasan

Implementasi strategi pengembangan produk kreatif melalui pembuatan Keripik Pisang Lunana Choco terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Strategi ini berangkat dari pemahaman bahwa kewirausahaan adalah proses kreatif dan inovatif dalam menciptakan nilai tambah sebagaimana dijelaskan oleh Hidayat (2019), bahwa pengembangan produk kreatif berbasis potensi lokal dapat memperkuat nilai ekonomi sekaligus melatih kemampuan berpikir kreatif dan inovatif mahasiswa. Pandangan ini diperkuat oleh teori kewirausahaan yang menekankan pentingnya kreativitas sebagai fondasi lahirnya ide-ide baru yang memiliki daya saing, sebagaimana dijabarkan oleh Suryana (2013) dalam kajian teori kewirausahaan pada laporan mini riset tersebut.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Proses pengembangan produk dimulai dengan penggalian ide berdasarkan observasi terhadap tren konsumsi camilan di kalangan remaja dan mahasiswa. Tahapan ini sejalan dengan konsep bahwa kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan inovasi dalam menemukan peluang usaha baru. Temuan di lapangan bahwa mahasiswa memilih mengembangkan camilan manis berbahan pisang menegaskan kemampuan analisis pasar yang dimiliki mahasiswa. Hal ini sesuai dengan teori Widodo dkk. (2022), yang menyatakan bahwa inovasi produk harus memiliki nilai tambah dan relevansi terhadap kebutuhan konsumen agar mampu menjadi peluang usaha yang berkelanjutan.

Pemanfaatan bahan baku lokal berupa pisang kepok mencerminkan penerapan prinsip resource-based entrepreneurship, yaitu mengoptimalkan potensi sumber daya lokal untuk menciptakan nilai ekonomi baru. Halimah dkk. (2024) menyatakan bahwa pengolahan hasil pertanian seperti pisang menjadi produk olahan dapat meningkatkan nilai tambah dan sekaligus memperkuat keterampilan teknis pelaku usaha, terutama mahasiswa yang sedang belajar berwirausaha. Dengan demikian, kegiatan produksi ini tidak hanya melatih kemampuan teknis mahasiswa dalam pengolahan pangan, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya pemberdayaan potensi lokal sebagai peluang usaha.

Dalam aspek inovasi, mahasiswa berhasil mengembangkan berbagai varian rasa seperti cokelat, stroberi, tiramisu, dan greentea. Inovasi ini sejalan dengan teori bahwa diferensiasi produk menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing. Pengembangan kemasan turut mendukung proses branding, yang menurut penelitian Nadila Putri Efendi dkk. (2024), kemasan produk dan branding yang kuat berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen serta daya saing produk lokal di pasar modern.

Strategi pemasaran Lunana Choco menggunakan kombinasi penjualan langsung dan promosi digital. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp menunjukkan adaptasi mahasiswa terhadap tren pemasaran modern. Hal ini sejalan dengan penelitian Maulida dan Habiburahman (2022) yang menyatakan bahwa media sosial merupakan strategi efektif dan efisien bagi pelaku usaha kecil dalam memperluas jaringan pemasaran. Selain itu, temuan ini diperkuat oleh penelitian Fadilla Rindiani dkk. (2023) yang menyatakan bahwa promosi digital mampu memperkuat posisi kompetitif UMKM melalui peningkatan jangkauan pasar dan interaksi dengan konsumen.

Dari sisi pembelajaran, kegiatan produksi Lunana Choco memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa tidak hanya mempraktikkan teknik produksi pangan, tetapi juga memahami manajemen keuangan, penetapan harga, dan evaluasi kinerja usaha berdasarkan data penjualan. Pengalaman ini menunjukkan peningkatan self-efficacy, sebagaimana dijelaskan oleh Bandura dalam teori efikasi diri semakin tinggi keyakinan seseorang terhadap kemampuannya, maka semakin efektif pula ia dalam bertindak dan mengambil keputusan.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan temuan Zulqaidah dkk. (2023), bahwa keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan usaha sederhana dapat meningkatkan rasa percaya diri, tanggung jawab, serta kemampuan berpikir kritis dalam pengambilan keputusan usaha. Dalam jangka panjang, kegiatan berbasis praktik seperti ini menumbuhkan semangat kewirausahaan berkelanjutan, sebagaimana ditegaskan Suprihatin (2020) bahwa pendidikan kewirausahaan akan efektif jika dikembangkan melalui pembelajaran berbasis proyek yang memberikan pengalaman langsung dalam menciptakan dan mengelola produk nyata.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan ini memperkuat teori Tambunan (2012) bahwa kewirausahaan berperan penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi dan membuka lapangan kerja baru. Pengembangan produk kreatif seperti Keripik Pisang Lunana Choco bukan hanya menjadi proyek akademik, tetapi juga menjadi model pembelajaran kewirausahaan

berbasis praktik yang mampu mengintegrasikan kreativitas, inovasi, potensi lokal, dan keterampilan manajerial mahasiswa secara terpadu.

5.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi strategi pengembangan produk kreatif melalui produksi Keripik Pisang Lunana Choco, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan kewirausahaan mahasiswa secara signifikan. Proses pengembangan produk yang mencakup tahap perencanaan, inovasi rasa, produksi, pengemasan, hingga pemasaran memberikan pengalaman pembelajaran langsung yang memperkuat keterampilan teknis dan manajerial mahasiswa. Penggunaan bahan lokal berupa pisang kepok dan inovasi varian rasa terbukti mampu menciptakan nilai tambah serta meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Data penjualan yang menunjukkan tren peningkatan dari minggu pertama hingga minggu kesembilan mengindikasikan bahwa strategi pemasaran berbasis digital dan penjualan langsung yang diterapkan mahasiswa berjalan efektif. Produk Lunana Choco diterima dengan baik oleh konsumen, dan mahasiswa mampu melakukan evaluasi serta adaptasi strategi berdasarkan kebutuhan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah mampu menerapkan konsep kreativitas, inovasi, analisis pasar, dan branding secara tepat.

Kegiatan ini juga berkontribusi pada pengembangan soft skills mahasiswa, seperti kemampuan bekerja sama, komunikasi, pengambilan keputusan, manajemen waktu, serta pengelolaan keuangan. Selain itu, kepercayaan diri dan motivasi berwirausaha mereka meningkat seiring keberhasilan produk yang mereka hasilkan dan pasarkan.

Secara keseluruhan, implementasi strategi pengembangan produk kreatif melalui proyek produksi Keripik Pisang Lunana Choco bukan hanya menjadi media pembelajaran yang aplikatif, tetapi juga model efektif dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan akan lebih optimal jika dikembangkan melalui pendekatan berbasis praktik yang memberikan pengalaman nyata dalam menciptakan dan mengelola sebuah usaha. Produk kreatif berbasis potensi lokal seperti Lunana Choco dapat menjadi contoh praktik yang tepat dalam membangun kompetensi kewirausahaan mahasiswa di perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

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

Anwar, A., et al. (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.

Arthaningtyas, W. D., et al. (2020). Wirausaha keripik pisang. LPPM UPN VY Press.

Bangsawan, S. (2015). Manajemen pemasaran usaha kecil. Graha Ilmu.

Cahyawati, N., et al. (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.

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.

Darmawati, & Pardeanto, G., et al. (2024). Pemanfaatan hasil perkebunan pisang di Desa

Tanjung menjadi olahan keripik pisang lumer. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 2(6), 2395–2399.

Dewantoro, A. (2020). Peran wirausaha dalam wirausaha pelaku usaha mikro. CV Putra Media Nusantara.

Efendi, N. P., et al. (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.

Halimah, B. E. S., et al. (2024). Peningkatan nilai ekonomi masyarakat melalui pengolahan pisang menjadi keripik rasa coklat. Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram, 6(1), 43–50.

Hayati, N., et al. (2025). Pengembangan UMKM: Inovasi pembuatan kerupuk pisang sebagai peluang usaha di Desa Tanjung Sialang. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 275–284. https://doi.org/10.63822/fppzj535

Helyadiasti, F., et al. (2023). Nilai tambah dan prospek pengembangan usaha pada produk olahan keripik pisang. Guepedia.

Hidayat, W. W. (2020). Pengantar kewirausahaan: Teori dan aplikasi. CV Pena Persada.

Hilal, I., et al. (2023). Pembuatan keripik pisang aneka rasa sebagai upaya peningkatan nilai jual di Kampung Pulau Batu, Kecamatan Way Kanan. Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia, 1(2), 84–88.

Iskandar. (2022). Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. PT Edukati Inti Cemerlang.

Lestari, L. P., et al. (2022). Penerapan teknologi tepat guna terhadap pengolahan produk aneka keripik. Rena Cipta Mandiri.

Marsya, A., et al. (2025). Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk keripik pisang “Merasa” di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, 12(1), 39–52.

Masyhudi, L., & Murianto, M. (2023). Pengolahan keripik pisang coklat Desa Wisata Sesaot, Kabupaten Lombok Barat. Media Bina Ilmiah, 17(12), 3039–3044.

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

Noerhartati, E., & Jatiningrum, C. (2021). Pendidikan kewirausahaan di Indonesia. Adab.

Purba, D. S., et al. (2021). Manajemen usaha kecil dan menengah. Yayasan Kita Menulis.

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

Rahman, L. M. A., et al. (2022). Kewirausahaan dan inovasi. Strategy Cita Semesta.

Rindiani, F., et al. (2023). Strategi pemasaran UMKM Keripik Pisang Tunas dalam meningkatkan daya saing usaha. PROFIT: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(2), 1–14.

Sukawati, Mujtaba, M. H., Sari, R. K., Afifah, S., & Rosadi, S. (2025). Pembuatan keripik pisang lumer dalam pengembangan usaha mikro di Desa Sri Menanti. Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2), 292–299. https://doi.org/10.55606/nusantara.v5i2.4818

Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Strategi pengembangan bisnis UMKM keripik pisang dengan pendekatan Business Model Canvas. MBIA, 19(3), 320–330.

Utami, N. P., et al. (2022). Peningkatan kapasitas kewirausahaan melalui pelatihan olahan keripik pisang bagi kelompok wanita tani di Desa Somongari. Jurnal Abdi Insani, 9(4), 1–10.

Widodo, Z. D., et al. (2022). Kewirausahaan & manajemen usaha kecil. Widina Bhakti Persada.

Yusniar Mendo, A., et al. (2024). Inovasi dan pemberdayaan: Meningkatkan nilai ekonomi dan

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 24 No 12 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

diversifikasi produk pangan dengan olahan pisang. Litnus.

Zulqaidah, et al. (2023). Pengembangan potensi berwirausaha di kalangan mahasiswa UINSU (Berjualan keripik pisang cokelat lumer). Assoeltan: Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 1(2), 66–77.