MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN PRODUK MAKANAN BUAH OLEH MAHASISWA UPI PURWAKARTA

Cantika Sri Agustin[1], Caroline Rotua Joesputri Samosir[2], Fathan Tamam[3], Rizky Nurul Muslih[4], Sahrany Nurmalasari[5], Primanita Sholihah Rosmana[6]

Universitas Pendidikan Indonesia

Email: cantikasri26@upi.edu[1], carolinerotua04@upi.edu[2], fathan.tamam@upi.edu[3], rizkynurulmuslih@upi.edu[4], sahranyyns24@upi.edu[5], primanitarosmana@upi.edu[6]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk makanan berbasis buah yang dikembangkan oleh mahasiswa UPI Purwakarta sebagai bagian dari praktik kewirausahaan. Evaluasi ini difokuskan pada empat indikator utama: rasa/kualitas, harga, kemasan, dan minat beli. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik *accidental sampling* terhadap 20 responden pengunjung bazar kewirausahaan. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala likert 1–4 dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek rasa/kualitas memperoleh skor tertinggi sebesar 3,45 (Sangat Baik), disusul oleh minat beli (3,25) dan harga (3,10) yang keduanya masuk kategori Baik. Namun, aspek kemasan mendapatkan skor terendah sebesar 2,55 (Cukup). Kesimpulan dari penelitian ini menekankan bahwa meskipun kualitas rasa produk sangat memuaskan, diperlukan inovasi pada desain kemasan untuk meningkatkan daya tarik visual dan fungsionalitas produk di masa depan.

Kata kunci: kepuasan konsumen, produk makanan buah, kewirausahaan mahasiswa, kualitas produk.

ABSTRACT

This study aims to measure the level of consumer satisfaction with fruit-based food products developed by UPI Purwakarta students as part of their entrepreneurship practice. The evaluation focused on four main indicators: taste/quality, price, packaging, and buying interest. A quantitative descriptive method was employed, using accidental sampling to gather data from 20 respondents at an entrepreneurship bazaar. Data were collected via questionnaires using a 1-4 Likert scale and analyzed through descriptive statistics. The results showed that the taste/quality aspect achieved the highest score of 3.45 (Very Good), followed by buying interest (3.25) and price (3.10), both in the good category. However, the packaging aspect received the lowest score of 2.55 (Fair). The study concludes that while the products' taste quality is highly satisfactory, innovations in packaging design are necessary to enhance visual appeal and product functionality in the future.

Keywords: *consumer satisfaction, fruit food products, student entrepreneurship, product quality.*

Article History
Received: December 2025
Reviewed: December 2025
Published: December 2025

Plagirism checker no 1551
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari

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

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENDAHULUAN

Kegiatan kewirausahaan menjadi salah satu kompetensi penting yang dikembangkan di perguruan tinggi, termasuk di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Kampus Purwakarta. Mahasiswa tidak hanya dituntut menguasai teori di dalam kelas, tetapi juga diharapkan mampu menerapkan pengetahuan tersebut dalam bentuk praktik nyata melalui pengembangan produk dan kegiatan pemasaran. Salah satu bentuk implementasinya adalah penyelenggaraan bazar kewirausahaan yang rutin dilakukan pada mata kuliah pendidikan kewirausahaan. Bazar ini menjadi ajang bagi mahasiswa untuk mempunyai rasa percaya diri agar bisa menarik minat pembeli, mampu bersosialisasi terhadap masyarakat dan tumbuh berkembang menjadi manusia yang mempunyai kompetensi yang baik dan profesional di segala bidang, serta mengetahui usaha yang mengikuti perkembangan zaman sehingga dapat menarik minat orang lain untuk membeli barang dan makanan yang dijualnya (Chodija, M., 2023).

Salah satu jenis prodmemuk yang banyak dikembangkan mahasiswa adalah produk makanan berbahan dasar buah. Produk makanan berbasis buah dipilih karena memiliki potensi pasar yang luas, karakteristik rasa yang mudah diterima konsumen, dan peluang pengembangan yang besar mengingat masyarakat saat ini semakin menyukai makanan sehat dan alami. Selain itu, buah merupakan komoditas yang melimpah di Jawa Barat, sehingga pemanfaatannya menjadi nilai tambah bagi mahasiswa dalam memanfaatkan sumber daya lokal.

Dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, kualitas produk dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam keberlanjutan usaha. Produk yang hanya mengandalkan kreativitas tanpa mempertimbangkan kebutuhan maupun preferensi konsumen akan sulit berkembang. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kepuasan konsumen menjadi langkah awal nyata untuk mengetahui seberapa baik produk tersebut diterima pasar. Analisis kepuasan konsumen juga dapat memberikan gambaran mengenai aspek apa saja yang harus dipertahankan dan diperbaiki oleh mahasiswa, seperti rasa, harga, kemasan, maupun minat beli.

Pengukuran kepuasan konsumen pada penelitian ini didasarkan pada empat indikator utama, yaitu rasa atau kualitas, harga, kemasan, dan minat beli. Keempat indikator tersebut merupakan aspek yang umum digunakan dalam evaluasi produk makanan dan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen. Misalnya, rasa menjadi faktor utama dalam menentukan kualitas makanan, harga menentukan keterjangkauan konsumen, kemasan memengaruhi persepsi produk serta daya tarik visual, dan minat beli mencerminkan peluang produk untuk dipasarkan lebih luas.

Penelitian mengenai kepuasan konsumen ini juga mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), terutama tujuan nomor 2 tentang "Tanpa Kelaparan" serta tujuan nomor 3 tentang "Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan". Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat mengembangkan produk yang berkualitas, bernilai jual, dan berpotensi dikembangkan menjadi usaha berkelanjutan. Selain itu, peningkatan kualitas produk makanan buah yang sehat dan ramah lingkungan membantu mendukung pola konsumsi masyarakat yang lebih baik.

Di samping itu, penelitian ini memiliki relevansi akademik karena melatih mahasiswa dalam menerapkan metode deskriptif kuantitatif, mulai dari penyusunan instrumen, pengumpulan data, hingga analisis hasil. Selain bermanfaat untuk meningkatkan kualitas produk, penelitian ini juga menjadi sarana mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan literasi sains, *problem-solving*, dan *critical thinking*. Dengan demikian, latar belakang penelitian ini mencerminkan pentingnya kegiatan evaluasi terhadap produk kewirausahaan mahasiswa sebagai bagian dari pembelajaran berbasis proyek sekaligus strategi pengembangan usaha. Melalui analisis kepuasan konsumen, mahasiswa UPI Purwakarta dapat memperoleh data akurat untuk memperbaiki kualitas produk makanan buah yang dihasilkan sehingga semakin siap bersaing dan diterima oleh pasar besar.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

RUMUSAN MASALAH

1. Sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap rasa, kemasan, dan harga pada produk makanan buah Mahasiswa UPI Purwakarta?
2. Produk manakah yang paling menentukan kepuasan dan kesetiaan konsumen terhadap produk makanan buah tersebut?
3. Bagaimana rekomendasi strategi pengembangan produk yang tepat berdasarkan hasil analisis kesenjangan kepuasan konsumen?

TUJUAN PENELITIAN

1. Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap rasa atau kualitas, harga, kemasan, dan minat beli pada produk makanan buah yang dihasilkan mahasiswa UPI Purwakarta.
2. Menganalisis indikator indikator rasa, harga, atau kemasan yang menentukan kepuasan konsumen pada produk makanan buah mahasiswa UPI Purwakarta.
3. Menganalisis hasil kesenjangan kepuasan konsumen untuk merumuskan strategi pengembangan produk makanan buah mahasiswa UPI Purwakarta yang tepat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur, menganalisis hubungan antar variabel, dan menarik kesimpulan umum berdasarkan data numerik (Sugiyono, 2022). Data yang dikumpulkan (skor kepuasan, skor harapan) akan diolah secara statistik untuk mengetahui tingkat kepuasan dan pengaruh atribut produk.

Metode yang digunakan adalah Deskriptif. Penelitian deskriptif berfungsi untuk menggambarkan atau mendeskripsikan secara sistematis fakta dan karakteristik populasi atau area tertentu secara faktual dan cermat. Dalam konteks penelitian ini, metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk:

1. Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap berbagai variabel produk (rasa, kemasan, harga) menggunakan skala pengukuran interval atau rasio (misalnya, Skala Likert).
2. Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap berbagai variabel produk (rasa, kemasan, harga) menggunakan skala pengukuran interval atau rasio (misalnya, Skala Likert).
3. Menggambarkan profil konsumen target (demografi, perilaku pembelian).
4. Menghitung skor rata-rata (mean) kepuasan dan harapan konsumen terhadap produk makanan buah yang dikembangkan Mahasiswa UPI Purwakarta.

Penelitian ini akan mengadopsi desain Survei, yaitu mengumpulkan data dari sampel populasi (konsumen produk makanan buah) melalui instrumen baku, yaitu kuesioner.

RESPONDEN PENELITIAN

Cara kami memilih orang untuk mengisi kuesioner disebut *Accidental Sampling* (pengambilan contoh secara kebetulan). Kami menggunakan cara ini karena produk makanan buah ini dijual di acara-acara tertentu saja, seperti bazar atau event terbatas di Kampus UPI Purwakarta. Kondisi tersebut membuat kami sulit menemui calon pembeli secara acak di seluruh wilayah Purwakarta.

Oleh karena itu, kami mengambil 20 pengunjung bazar dengan beberapa syarat, yaitu mereka sudah pernah mencoba atau membeli produk, sedang kebetulan berada di lokasi saat penelitian dilakukan, serta bersedia secara sukarela mengisi kuesioner yang diberikan. Selain itu, makanan dan kuesioner ini hanya diberikan kepada konsumen yang berusia di atas kelas 4 SD, karena pada usia tersebut konsumen dianggap sudah mampu memberikan penilaian yang lebih memahami rasa, kualitas, harga, dan kemasan suatu produk.

Meskipun jumlah responden hanya 20 orang, metode ini tetap efektif untuk mendapatkan umpan balik langsung dan cepat dari orang-orang yang benar-benar menggunakan produk. Data yang diperoleh dari 20 responden ini kemudian akan kami olah menggunakan statistik deskriptif

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

sederhana untuk memberikan gambaran awal mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk buah kami.

INSTRUMEN PENILAIAN

Instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini berupa kuesioner yang disusun melalui *platform Google Forms*. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengukur persepsi dan tingkat kepuasan konsumen terhadap produk makanan buah yang diteliti. Instrumen ini memuat empat indikator utama, yaitu rasa atau kualitas produk, harga, kemasan, dan minat beli (Putri & Hidayat, 2022). Setiap indikator dijabarkan ke dalam beberapa pernyataan tertutup yang menuntut responden memberikan respons yang bervariasi tergantung pada kejelasan bahasa dan kesesuaian kuesioner dengan pengalaman mereka (Wahyuni & Fitriani, 2022).

Kuesioner menggunakan skala Likert 1–4, dengan kategori: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, dan 4 = Sangat Setuju. Skala ini dipilih untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat menggambarkan tingkat persetujuan responden secara jelas dan terukur. Selain itu, instrumen ini hanya diberikan kepada konsumen yang berusia di atas kelas 4 SD, karena pada usia tersebut responden dianggap telah mampu menilai rasa, kualitas, harga, dan kemasan produk secara lebih objektif.

Dalam pengisiannya, responden diminta untuk menilai setiap pernyataan tanpa ada jawaban benar atau salah, karena semua penilaian bergantung pada pengalaman dan persepsi masing-masing individu. Seluruh jawaban bersifat rahasia, tidak mengumpulkan identitas pribadi sensitif, dan hanya digunakan untuk kepentingan analisis penelitian ini. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran tingkat kepuasan dan minat beli konsumen terhadap produk makanan buah.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Kami mengumpulkan data dengan cara yang sangat praktis, yaitu membagikan kuesioner (daftar pertanyaan) langsung kepada pengunjung bazar setelah mereka mencoba atau melihat produk makanan buah kami. Dengan cara ini, kami bisa langsung mendapatkan pendapat dan penilaian mereka saat pengalaman mencoba produk masih segar di ingatan mereka.

TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah semua kue sioner terkumpul, kami akan mengolah data dengan cara yang sederhana, yaitu menggunakan Statistik Deskriptif. Ini berarti kami hanya akan melakukan perhitungan dasar untuk melihat gambaran umum data, seperti:

1. Nilai Rata-rata: Untuk melihat skor rata-rata kepuasan terhadap setiap bagian produk (rasa, kemasan, harga).
2. Persentase: Untuk melihat seberapa banyak responden yang memilih jawaban tertentu.
3. Tabel dan Grafik Sederhana: Untuk menyajikan hasil perhitungan agar mudah dibaca.

Untuk memahami hasil rata-rata yang kami peroleh, kami akan menggunakan aturan penilaian sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Penilaian Tingkat Kepuasan Konsumen

Skor rata-rata	Kategori	Keterangan
≥ 3,2	Sangat Baik	Produk sangat memuaskan, bahkan melebihi harapan.
2,6–3,1	Baik	Produk sudah memuaskan dan diterima dengan baik.
2,0–2,5	Cukup	Produk masih perlu sedikit perbaikan
< 2,0	Perlu Perbaikan	Produk belum memenuhi harapan konsumen, perbaikan besar harus segera dilakukan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. DESKRIPSI RESPONDEN

Penelitian ini melibatkan 20 responden yang berada pada rentang usia 17–22 tahun. Rentang usia tersebut termasuk dalam kategori remaja akhir hingga dewasa awal, yang merupakan kelompok usia produktif dan aktif sebagai konsumen. Mayoritas responden berada pada usia 19–21 tahun, sehingga dapat dikatakan bahwa responden memiliki kematangan dalam memberikan penilaian terhadap produk yang dikonsumsi.

Responden berasal dari berbagai latar belakang dan memberikan penilaian terhadap beberapa produk makanan buah mahasiswa, seperti *fruit jelly ball*, *fruity boom*, *fruit sando*, es kul-kul, bola-bola rasa, *pudcheese*, dan buah potong. Keberagaman produk yang dinilai menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dalam mengamati dan mengonsumsi produk yang ditawarkan, sehingga penilaian yang diberikan bersifat nyata dan berdasarkan pengalaman pribadi.

2. TEMUAN UMUM

Berdasarkan hasil analisis data kuesioner yang diisi oleh 20 responden, diperoleh gambaran umum mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk makanan berbasis buah yang dikembangkan oleh mahasiswa. Penilaian responden mencakup empat aspek utama, yaitu rasa/kualitas produk, harga, kemasan, dan minat beli.

Tabel 2. Rekapitulasi Rata-rata Penilaian Konsumen

Aspek	Rata-Rata	Kategori
Rasa/Kualitas	3,45	Sangat baik
Harga	3,10	Baik
Kemasan	2,55	Cukup
Minat Beli	3,25	Baik

Berdasarkan tabel 1 yaitu hasil dari rekapitulasi rata-rata penilaian konsumen yang mencakup 4 aspek, dan kategori yang sesuai dengan teknik analisis data dapat dikatakan bahwa aspek rasa/kualitas memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,45 dan termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden merasa puas terhadap cita rasa dan kualitas produk yang ditawarkan. Produk dinilai memiliki rasa yang enak, segar, serta sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Aspek harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,10 dengan kategori baik. Hasil ini menunjukkan bahwa harga produk dinilai cukup sesuai dengan kualitas yang diberikan. Responden pada umumnya merasa bahwa harga yang ditetapkan masih terjangkau dan sepadan dengan manfaat serta kualitas produk yang diterima.

Selanjutnya, aspek minat beli memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,25 dan termasuk dalam kategori baik. Temuan ini menunjukkan bahwa produk makanan buah mahasiswa memiliki daya tarik yang cukup tinggi dan berpotensi untuk dibeli kembali oleh konsumen. Minat beli yang baik mencerminkan penerimaan pasar yang positif terhadap produk.

Sementara itu, aspek kemasan memperoleh nilai rata-rata paling rendah, yaitu 2,55, dan termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kemasan dinilai cukup layak, masih terdapat ruang untuk perbaikan agar kemasan produk menjadi lebih menarik, fungsional, dan mampu meningkatkan daya tarik konsumen secara keseluruhan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

3. PEMBAHASAN

Interpretasi terhadap hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk makanan buah oleh mahasiswa UPI Purwakarta memiliki fondasi yang kuat pada kualitas rasa, namun masih menghadapi tantangan pada aspek presentasi visual. Berdasarkan data rekapitulasi penilaian, berikut adalah analisis mendalam mengenai dinamika kepuasan konsumen tersebut.

Kualitas produk, khususnya dari aspek rasa dan kualitas, menjadi keunggulan utama dalam usaha makanan buah mahasiswa ini. Dengan perolehan skor rata-rata tertinggi sebesar 3,45 (Sangat Baik), konsumen menilai produk-produk memiliki cita rasa yang enak, segar, dan sesuai dengan ekspektasi. Tingginya penilaian pada aspek ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah berhasil dalam mengolah sumber daya lokal Jawa Barat menjadi produk yang memiliki nilai tambah dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan sehat dan alami.

Ditinjau dari aspek ekonomi dan potensi pasar, produk ini memiliki daya saing yang cukup kuat. Aspek harga mendapatkan skor 3,10 (Baik), yang mengindikasikan bahwa konsumen merasa harga yang ditetapkan sangat terjangkau dan sepadan dengan manfaat yang diterima. Hal ini sejalan dengan minat beli responden yang mencapai skor 3,25 (Baik). Tingginya minat beli ini mencerminkan penerimaan pasar yang positif, di mana produk tidak hanya dinilai sebagai inovasi kreatif tetapi juga memiliki potensi besar untuk dipasarkan secara lebih luas dan berkelanjutan.

Namun, aspek kemasan menjadi titik lemah yang memerlukan perhatian serius karena memperoleh skor terendah, yaitu 2,55 (Cukup). Meskipun dikategorikan cukup layak, hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan yang harus diperbaiki agar kemasan menjadi lebih menarik secara visual, fungsional, dan mampu melindungi kualitas produk dengan lebih baik. Mengingat kemasan sangat memengaruhi persepsi awal dan daya tarik visual, peningkatan kualitas pada aspek ini merupakan strategi kunci untuk mengubah status "cukup" menjadi "sangat memuaskan" di masa mendatang.

Secara akademik, kegiatan ini berhasil mengintegrasikan teori kewirausahaan dengan praktik nyata melalui pendekatan deskriptif kuantitatif. Melalui evaluasi ini, mahasiswa UPI Purwakarta tidak hanya belajar memproduksi makanan, tetapi juga mengembangkan kemampuan *problem-solving* dan literasi sains dalam membaca peluang pasar. Ke depannya, perbaikan pada aspek kemasan dan konsistensi pada kualitas rasa akan menjadi modal utama bagi mahasiswa untuk mendukung pencapaian SDGs, terutama dalam menyediakan pola konsumsi yang sehat dan berkualitas bagi masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap produk makanan buah mahasiswa UPI Purwakarta berada pada kategori yang positif, terutama pada aspek rasa atau kualitas produk yang meraih skor tertinggi sebesar 3,45 dengan kategori sangat baik. Selain rasa, aspek minat beli dan harga juga dinilai sudah memuaskan dengan kategori baik, di mana harga dianggap terjangkau dan sepadan dengan kualitas yang diterima oleh konsumen.

Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa aspek kemasan merupakan indikator dengan penilaian terendah, yakni sebesar 2,55 dengan kategori cukup. Temuan ini memberikan dasar bagi rekomendasi strategi pengembangan produk yang berfokus pada perbaikan desain dan fungsionalitas kemasan agar lebih menarik serta mampu meningkatkan nilai jual produk di masa depan. Secara keseluruhan, kegiatan evaluasi ini tidak hanya bermanfaat untuk pengembangan usaha mahasiswa yang berkelanjutan dan mendukung SDGs, tetapi juga berhasil menjadi sarana praktis dalam mengasah kemampuan literasi sains, *problem-solving*, dan berpikir kritis mahasiswa melalui penerapan metode deskriptif kuantitatif.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

2. SARAN

Berdasarkan hasil analisis kepuasan konsumen, terdapat beberapa saran strategis yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan produk makanan buah mahasiswa UPI Purwakarta ke depannya:

1. Inovasi dan Redesain Kemasan. Mengingat aspek kemasan mendapatkan skor terendah, mahasiswa perlu melakukan riset desain kemasan yang lebih fungsional dan estetis. Penggunaan kemasan yang ramah lingkungan namun tetap modern dapat meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat citra produk sebagai makanan sehat.
2. Mempertahankan Standar Kualitas Rasa. Aspek rasa yang telah mencapai kategori "Sangat Baik" harus dipertahankan konsistensinya. Mahasiswa disarankan untuk membuat standar operasional prosedur (SOP) pembuatan produk guna memastikan cita rasa tetap segar dan enak meskipun diproduksi dalam jumlah besar
3. Optimalisasi Strategi Pemasaran dan Harga. Dengan minat beli yang sudah baik, mahasiswa dapat mulai memperluas jangkauan pemasaran di luar *event* bazar kampus. Penetapan harga harus tetap dijaga agar tetap kompetitif dan terjangkau bagi target pasar remaja maupun masyarakat umum.
4. Pengembangan Literasi Kewirausahaan Berkelanjutan. Disarankan agar kegiatan evaluasi seperti ini dilakukan secara berkala. Hal ini penting untuk melatih kemampuan *critical thinking* dan *problem-solving* mahasiswa dalam menghadapi perubahan preferensi konsumen serta mendukung keberlanjutan usaha yang selaras dengan tujuan SDGs.

DAFTAR PUSTAKA

Chodija, M., dkk. (2023). Optimalisasi peran mahasiswa dalam peningkatan kewirausahaan santriwati melalui kegiatan bazar berkah. *Nusantara Community Empowerment Review, 1*(1), 34-39.

Putri, D. A., & Hidayat, T. (2022). Pengembangan instrumen penilaian produk Makanan pada pembelajaran kewirausahaan. *Jurnal Pendidikan Vokasi, 12*(2), 98–107.

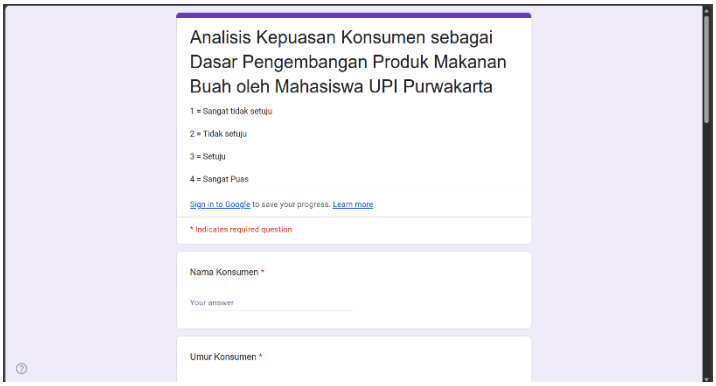
Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Alfabeta* Wahyuni, D., & Fitriani, L. (2022). Analisis respon responden terhadap instrumen Kuesioner penelitian pendidikan. *Jurnal Pendidikan, 13*(2), 145–154.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

LAMPIRAN

1. KUESIONER



2. FOTO KEGIATAN BAZAR







MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

3. GRAFIK ANALISIS HASIL

