E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258

Halaman 4458-4471
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

# PERENCANAAN BISNIS PISCOK LUMER: INOVASI PRODUK OLAHAN PISANG COKLAT SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF

**Yusrina[1], Rizka Fauziah[2], Evifanie Simbolon[3], Gilberth Putra Nainggolan[4], Christin Natasya Br. Surbakti[5], Deni Adriani[6]**

[1,2,3]Universitas Negeri Medan

e-mail:yusrina27v@gmail.com[1], rizkaziah189@gmail.com[2], vanysimbolon144@gmail.com[3], gilberthputra@gmail.com[4], Christinnatasyatasya@gmail.com[5], Deni_adriani@unimed.ac.id[6]

**Abstrak**

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kuliner terus berkembang seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap jajanan kreatif berbasis bahan lokal. Salah satu produk yang memiliki potensi pasar cukup besar adalah piscok lumer, yaitu modifikasi pisang coklat dengan isian coklat yang meleleh saat digigit. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun perencanaan bisnis piscok lumer sebagai bentuk inovasi produk olahan pisang coklat dan mengidentifikasi peluang usahanya bagi mahasiswa sebagai wirausaha muda. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui observasi proses produksi, wawancara informal dengan pelaku usaha sejenis, analisis dokumen berupa data biaya dan hasil penjualan skala terbatas, serta kuesioner daring (Google Form) kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan untuk mengetahui minat dan kepuasan konsumen. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan disusun ke dalam kerangka Business Model Canvas (BMC) untuk memetakan sembilan elemen kunci bisnis, dilengkapi dengan perhitungan kelayakan usaha sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa piscok lumer memiliki keunggulan pada kemudahan bahan baku dan biaya produksi yang rendah, namun menghadapi kelemahan pada daya simpan produk dan standardisasi kemasan. Peluang usaha terbuka lebar melalui pemasaran digital dan kemitraan dengan lingkungan kampus, sementara

ancaman utama berasal dari persaingan produk sejenis dan fluktuasi harga bahan baku. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa piscok lumer memiliki banyak peminat di kalangan mahasiswa. Perhitungan biaya menunjukkan usaha ini layak dijalankan dengan margin keuntungan kotor yang cukup menjanjikan untuk skala usaha rumahan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan awal bagi mahasiswa maupun pelaku UMKM pemula dalam merancang perencanaan bisnis olahan pisang coklat secara lebih terstruktur.

**Kata Kunci:** perencanaan bisnis; piscok lumer; inovasi produk; UMKM; kewirausahaan

***Abstract***

*Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the culinary sector continue to grow along with the increasing public interest in creative snacks based on local ingredients. One product with considerable market potential is piscok lumer, a modification of banana chocolate roll filled with melted chocolate. This study aims to develop a business plan for piscok lumer as a form of product innovation from banana-chocolate processing and to identify its business opportunities for students as young entrepreneurs. The method used is descriptive qualitative with a case study approach, through observation of the production process, informal interviews with similar business actors, document analysis of limited-scale cost and sales data, and an online questionnaire (Google Form) distributed to students of the Economics Education Study Program, Universitas Negeri Medan, to measure consumer interest and satisfaction. The data were analyzed using SWOT analysis and arranged into a Business Model Canvas (BMC) framework to map nine key business elements, complemented by a simple feasibility calculation. The results show that piscok lumer has advantages in the availability of raw materials and low production costs, but faces weaknesses in product shelf life and packaging standardization. Business opportunities are wide open through digital marketing and partnerships within the campus environment, while the main threats come from competition with similar products and fluctuations in raw material prices. The questionnaire results show that piscok lumer attracts considerable interest among students. Cost calculations indicate that the business is feasible to run with a promising gross profit margin for a home-scale enterprise. This study is expected to*

*serve as an initial reference for students and beginner MSME actors in designing a more structured business plan for banana-chocolate products.*

***Keywords:*** *business plan; piscok lumer; product innovation; MSME; entrepreneurship*

**LATAR BELAKANG**

Indonesia merupakan salah satu negara produsen pisang terbesar di dunia dengan sebaran wilayah tanam yang luas dan produktivitas yang terus meningkat setiap tahunnya. Ketersediaan bahan baku yang melimpah tersebut menjadikan pisang sebagai komoditas yang banyak diolah menjadi berbagai produk turunan, mulai dari keripik pisang, sale pisang, nugget pisang, hingga pisang coklat atau piscok (Cua & Soelaiman, 2025). Sifat pisang yang mudah rusak (perishable) mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi mengolah pisang menjadi produk bernilai tambah yang memiliki daya simpan lebih lama sekaligus daya tarik yang lebih tinggi di mata konsumen.

Pisang coklat (piscok) merupakan camilan yang digemari berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, karena harganya yang terjangkau dan cita rasanya yang lezat (Cua & Soelaiman, 2025). Produk ini bahkan telah menembus pasar hingga ke luar negeri seiring meningkatnya variasi rasa yang ditawarkan. Salah satu inovasi yang belakangan digemari di kalangan pelajar dan mahasiswa adalah piscok lumer, yaitu piscok dengan isian coklat yang sengaja dibuat meleleh saat digigit sehingga memberikan sensasi rasa yang lebih menarik dibandingkan piscok konvensional (Hidayatullah, 2026; Kurniasih et al., 2023).

Meskipun potensi pasarnya cukup besar, banyak pelaku usaha pemula termasuk mahasiswa yang memulai usaha kuliner tanpa perencanaan bisnis yang matang

(Suryana, 2014). Minimnya kesadaran akan pentingnya perencanaan bisnis pada tahap awal usaha kerap menjadi penyebab suatu usaha tidak mampu bertahan lama (unsustainable). Perencanaan bisnis yang baik, mencakup analisis kekuatan dan kelemahan internal, peluang dan ancaman eksternal, model bisnis, serta perhitungan kelayakan usaha, diperlukan agar usaha dapat dikelola secara terarah dan mampu bersaing di pasar yang kompetitif (Zafirah & Syaifullah, 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji kelayakan dan strategi usaha olahan pisang, antara lain pada pisang molen coklat (Anasti, 2018), bolen pisang coklat crunchy (Firmansyah, 2024), pisang coklat lumer dengan kulit lumpia (Hidayatullah, 2026), dan keripik pisang (Sutriningsih et al., 2025). Penelitian ini melengkapi kajian tersebut dengan memadukan analisis SWOT, Business Model Canvas, perhitungan kelayakan sederhana, dan survei minat konsumen mahasiswa pada produk piscok lumer.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyusun perencanaan bisnis piscok lumer sebagai inovasi produk olahan pisang coklat, sekaligus mengidentifikasi peluang usahanya sebagai salah satu alternatif usaha kreatif yang dapat dijalankan oleh mahasiswa dengan modal terbatas, serta mengetahui minat dan kepuasan konsumen mahasiswa melalui kuesioner. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis berupa gambaran perencanaan bisnis yang dapat direplikasi oleh mahasiswa maupun pelaku UMKM pemula lainnya, serta kontribusi akademik dalam memperkaya kajian kewirausahaan pada produk olahan pangan lokal. Kajian ini juga relevan bagi pengembangan minat berwirausaha mahasiswa Pendidikan Ekonomi (Putri, 2017; Zulatsari & Soesatyo, 2018).

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain studi

kasus pada perencanaan usaha piscok lumer yang dijalankan dalam skala terbatas (rumahan). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan menggambarkan secara mendalam proses perencanaan bisnis, bukan untuk menguji hubungan antarvariabel secara statistik.

### *Sumber dan Teknik Pengumpulan Data*

Data dikumpulkan melalui empat teknik. Pertama, observasi langsung terhadap proses produksi piscok lumer meliputi pemilihan bahan baku, proses penggorengan, dan pengemasan produk. Kedua, wawancara informal (semi-terstruktur) dengan dua pelaku usaha piscok/keripik pisang di sekitar lingkungan kampus untuk memperoleh gambaran praktik lapangan mengenai harga bahan baku, pola permintaan, dan kendala usaha. Ketiga, studi dokumentasi berupa pencatatan biaya produksi dan hasil penjualan selama uji coba produksi terbatas (satu minggu, lima kali produksi) yang dilakukan kelompok. Keempat, penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Kuesioner berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan pada Produk Piscok Lumer" memuat identitas responden (nama, program studi, dan stambuk) serta pernyataan dengan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Jumlah responden yang terkumpul adalah 70 orang dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling.

### *Teknik Analisis Data*

Data yang terkumpul dianalisis melalui tiga tahap. Tahap pertama menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dari rencana usaha piscok lumer (Rangkuti, 2016). Tahap kedua menyusun temuan tersebut ke dalam kerangka Business

Model Canvas (BMC) yang terdiri atas sembilan elemen, yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure (Osterwalder & Pigneur, 2010). Pemaduan SWOT dan BMC seperti ini juga digunakan pada penelitian usaha kuliner lain (Zafirah & Syaifullah, 2022; Alam & Triono, 2023). Sebagai pelengkap, dilakukan pula perhitungan kelayakan usaha sederhana berdasarkan data biaya produksi dan estimasi pendapatan hasil uji coba. Tahap ketiga, data kuesioner dianalisis secara deskriptif dengan menghitung distribusi frekuensi, persentase, dan skor rata-rata jawaban responden pada setiap variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Gambaran Umum Produk Piscok Lumer*

Piscok lumer merupakan pengembangan dari produk pisang coklat konvensional dengan modifikasi pada bagian isian, yaitu penggunaan coklat batang berkualitas yang dibentuk sedemikian rupa sehingga meleleh secara sempurna ketika produk digoreng dan disantap dalam keadaan hangat (Hidayatullah, 2026). Bahan utama yang digunakan meliputi pisang kepok atau pisang tanduk, kulit lumpia atau kulit pangsit, coklat batang/coklat meses, serta bahan pelengkap seperti keju, susu kental manis, dan topping sesuai selera konsumen. Keunggulan utama produk ini terletak pada sensasi lelehan coklat yang menjadi daya tarik pembeda dibandingkan piscok pada umumnya, sejalan dengan tren camilan "lumer" yang digemari generasi muda saat ini.

### *Analisis SWOT*

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal usaha piscok lumer disajikan pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Analisis SWOT Usaha Piscok Lumer**

| Strength (Kekuatan) | Weakness (Kelemahan) | Opportunity (Peluang) | Threat (Ancaman) |
|---|---|---|---|
| Bahan baku pisang mudah diperoleh dengan harga relatif murah di wilayah Sumatera Utara; proses produksi sederhana dan tidak membutuhkan peralatan mahal; produk memiliki cita rasa yang sudah familiar dan disukai lintas usia. | Produk tergolong perishable (mudah rusak/lumer) sehingga daya simpan terbatas; skala produksi masih rumahan dengan kapasitas terbatas; branding dan kemasan belum terstandardisasi. | Tren jajanan kekinian berbasis pisang-coklat masih diminati di kalangan pelajar dan mahasiswa; potensi pemasaran melalui media sosial dan platform pesan-antar makanan; peluang kemitraan dengan kantin kampus/sekolah. | Banyak kompetitor dengan produk sejenis; fluktuasi harga bahan baku (pisang, coklat, minyak goreng); ketergantungan pada permintaan musiman/hari tertentu. |

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada Tabel 1, strategi yang dapat dirumuskan adalah strategi SO (Strengths-Opportunities), yaitu memanfaatkan kemudahan bahan baku dan biaya produksi yang rendah untuk secara agresif memasuki pasar digital dan menjalin kemitraan dengan kantin kampus. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities) diarahkan pada perbaikan kemasan dan standardisasi produk agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform pesan-antar makanan. Sementara itu, strategi WT (Weaknesses-Threats) perlu difokuskan pada efisiensi biaya produksi dan diferensiasi rasa agar mampu bertahan di tengah persaingan produk sejenis. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian lain yang menerapkan SWOT pada UMKM pisang lumer (Kurniasih et al., 2023) dan memadukan SWOT dengan BMC pada usaha kuliner (Zafirah & Syaifullah, 2022).

### *Business Model Canvas (BMC)*

Perencanaan model bisnis piscok lumer dipetakan menggunakan Business Model Canvas sebagaimana disajikan pada Tabel 2, yang memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana usaha ini menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai bagi

pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2010; Alam & Triono, 2023).

**Tabel 2. Business Model Canvas Usaha Piscok Lumer**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Key Partners**<br>Pemasok pisang & coklat lokal, warung/toko kelontong, reseller mahasiswa, jasa ojek daring. | **Key Activities**<br>Produksi harian, pengemasan, promosi digital, pengelolaan pesanan. | **Value Proposition**<br>Piscok lumer dengan isian coklat leleh, varian topping, harga terjangkau, higienis. | **Customer Relationship**<br>Interaksi langsung, respons cepat via media sosial, promo pelanggan tetap. | **Customer Segments**<br>Pelajar, mahasiswa, pekerja muda, penggemar jajanan manis. |
| **Key Resources**<br>Tenaga kerja anggota kelompok, peralatan masak sederhana, media promosi digital. | | **Channel**<br>Penjualan langsung, media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp), platform pesan-antar. | | **Revenue Streams**<br>Penjualan satuan/paket, pre-order, penjualan melalui reseller. |

Elemen cost structure dari BMC ini meliputi biaya bahan baku, kemasan, operasional dapur, dan promosi digital sebagaimana dirinci pada bagian analisis kelayakan usaha berikut.

### *Analisis Kelayakan Usaha*

Berdasarkan hasil uji coba produksi terbatas selama satu minggu, diperoleh estimasi struktur biaya dan pendapatan sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Estimasi Biaya dan Pendapatan Usaha Piscok Lumer (per hari produksi)**

| Komponen Biaya | Rincian | Estimasi (Rp) |
|---|---|---|
| Bahan baku (pisang, coklat batang/meses, tepung, minyak goreng) | Untuk ± 100 porsi/produksi | 350.000 |

| | | |
|---|---|---|
| Kemasan (mika, sealer, stiker label) | 100 porsi | 100.000 |
| Gas & operasional dapur | Per hari produksi | 30.000 |
| Promosi digital (kuota, desain konten) | Per bulan | 50.000 |
| Total biaya produksi per hari | | 480.000 |
| Harga jual per porsi | 1 porsi berisi 3 pcs piscok lumer | 8.000 |
| Estimasi pendapatan per hari (100 porsi) | | 800.000 |
| Estimasi laba kotor per hari | | 320.000 |

Berdasarkan Tabel 3, dengan asumsi produksi 100 porsi per hari dan harga jual Rp8.000 per porsi, usaha piscok lumer dapat menghasilkan laba kotor sebesar Rp320.000 per hari, atau setara dengan margin keuntungan kotor sekitar 40% dari total pendapatan. Angka ini menunjukkan bahwa usaha piscok lumer layak untuk dikembangkan lebih lanjut, terutama apabila mempertimbangkan biaya tetap tambahan seperti sewa tempat dan tenaga kerja di luar anggota kelompok, yang perlu dihitung lebih rinci pada tahap pengembangan skala usaha berikutnya. Analisis kelayakan pada usaha olahan pisang umumnya juga dilengkapi indikator seperti break even point, R/C ratio, dan return on investment (Anasti, 2018; Firmansyah, 2024); indikator tersebut dapat ditambahkan pada pengembangan penelitian berikutnya.

### *Minat dan Kepuasan Konsumen Mahasiswa*

Untuk mengetahui tingkat peminat produk,dari menyebarkan kuesioner daring melalui Google Form kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. Kuesioner mengukur persepsi responden terhadap kualitas produk, inovasi produk, dan kepuasan konsumen pada produk piscok lumer menggunakan skala Likert 1–5. Hasil pengisian kuesioner menunjukkan bahwa piscok lumer memiliki banyak peminat di kalangan mahasiswa. Dari 70 responden, 91,4% menyatakan setuju atau

sangat setuju bahwa kualitas produk piscok lumer baik, 90% menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa produk ini lebih inovatif dibandingkan piscok konvensional, dan 92,9% menyatakan puas. Skor rata-rata jawaban responden adalah 4,47 untuk kualitas produk, 4,43 untuk inovasi produk, dan 4,51 untuk kepuasan konsumen.

Temuan ini sejalan dengan hasil analisis SWOT yang menempatkan tren jajanan berbasis pisang-coklat sebagai peluang di kalangan pelajar dan mahasiswa. Kualitas produk dan inovasi produk memang lazim dikaji sebagai faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen pada berbagai produk dan usaha, termasuk usaha kuliner (Permana, 2013; Erniati et al., 2022; Khoiriyah & Habib, 2024). Oleh karena itu, menjaga konsistensi kualitas rasa serta terus mengembangkan varian yang inovatif menjadi kunci untuk mempertahankan minat dan kepuasan konsumen mahasiswa.

### *Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha*

Strategi pemasaran yang direkomendasikan bagi usaha piscok lumer mengedepankan pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk membangun kedekatan dengan target pasar mahasiswa dan pelajar, mengingat karakteristik konsumen muda yang aktif menggunakan platform digital dalam mencari referensi kuliner. Pemasaran digital sendiri merupakan strategi yang banyak dikaji dalam pengembangan UMKM (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Selain itu, kemitraan dengan kantin kampus, koperasi mahasiswa, maupun reseller di lingkungan kos-kosan mahasiswa dapat memperluas jangkauan distribusi tanpa memerlukan investasi tempat usaha yang besar. Sistem pre-order juga dapat diterapkan untuk meminimalkan risiko produk tidak terjual mengingat sifatnya yang mudah rusak apabila disimpan terlalu lama. Ke depan, pengembangan varian rasa dan inovasi kemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan dapat menjadi langkah lanjutan untuk memperkuat posisi produk di tengah persaingan usaha sejenis.

## SIMPULAN

Perencanaan bisnis piscok lumer menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi yang layak untuk dikembangkan sebagai usaha kreatif berbasis olahan pisang coklat. Hasil analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan utama pada kemudahan bahan baku dan biaya produksi yang rendah, sementara kelemahan utama terletak pada daya simpan produk dan standardisasi kemasan. Peluang usaha terbuka lebar melalui pemasaran digital dan kemitraan di lingkungan kampus, meskipun tetap perlu diwaspadai ancaman berupa persaingan produk sejenis dan fluktuasi harga bahan baku. Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa piscok lumer banyak diminati mahasiswa, sehingga potensi pasar di lingkungan kampus cukup besar. Pemetaan Business Model Canvas melengkapi gambaran perencanaan bisnis secara menyeluruh, sedangkan perhitungan kelayakan usaha sederhana menunjukkan margin keuntungan kotor yang menjanjikan untuk skala usaha rumahan. Penelitian ini merekomendasikan agar mahasiswa dan pelaku UMKM pemula yang tertarik menjalankan usaha olahan pisang coklat menyusun perencanaan bisnis secara terstruktur sejak awal, serta melakukan evaluasi berkala terhadap strategi pemasaran dan efisiensi biaya guna menjaga keberlanjutan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

Alam, S. R. N., & Triono, S. P. H. (2023). Perancangan model bisnis menggunakan Business Model Canvas (Studi pada UMKM Boss Talasik). Journal of Management and Bussines (JOMB), 5(2). https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6355

Anasti, R. (2018). Analisis kelayakan usaha pisang molen coklat Udeep Bahgia Gampong Pulo Ara Kecamatan Kota Juang Kabupaten Bireuen. Jurnal S. Pertanian, 2(3), 272–278. https://jurnal.umuslim.ac.id/index.php/JSP/article/download/1232/1332

Cua, R., & Soelaiman, L. (2025). Analisis peluang usaha piscok (pisang coklat) sebagai camilan populer di kalangan masyarakat. Jurnal Administrasi UMJAMBI. https://jurnal.umjambi.ac.id/JAUM/article/download/626/304/2127

Erniati, Romadhoni, B., & Mappatompo, A. (2022). Pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen melalui produk baru pada PT. Prapta Makassar. Competitiveness, 10(2). https://doi.org/10.26618/competitiveness.v10i2.6597

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara, 1(2), 61–76. https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175

Firmansyah, M. F. (2024). Analisis usaha bolen pisang coklat crunchy di Desa Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember [Tugas akhir diploma, Politeknik Negeri Jember]. https://sipora.polije.ac.id/30575/

Hidayatullah, T. M. (2026). Analisis usaha pisang coklat Chobanana di Desa Talkandang Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo [Tugas akhir diploma, Politeknik Negeri Jember]. https://sipora.polije.ac.id/60078/

Khoiriyah, H., & Habib, M. A. F. (2024). Pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada MD Café Nganjuk. Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah, 2(2), 299–312. https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i2.1099

Kurniasih, F., Yunita, T., Mutiara, P., & Afifi, S. T. (2023). Analisis SWOT pada UMKM pisang lumer crispy (Banabow). Humantech: Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia, 2(7). https://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech/article/download/3293/2810/16010

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.

Permana, M. V. (2013). Peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan kualitas layanan. Jurnal Dinamika Manajemen, 4(2). https://doi.org/10.15294/jdm.v4i2.2756

Putri, N. L. W. W. (2017). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, 9(1). https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/19998/11946

Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. Gramedia Pustaka Utama.

Suryana. (2014). Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses. Salemba Empat.

Sutriningsih, T., Somad, A., Misnawati, Mauli, N., Sari, U. A., & Riandi, F. (2025). Analisis studi kelayakan bisnis pada UMKM keripik pisang di Lampung Selatan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 4(3), 185–193. https://doi.org/10.33633/jekobs.v4i3.14365

Zafirah, F., & Syaifullah. (2022). Analisa strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan SWOT analysis dan Business Model Canvas. Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi, 8(1), 68–77. https://doi.org/10.24014/rmsi.v8i1.16180

Zulatsari, M. L. R., & Soesatyo, Y. (2018). Pengaruh literasi ekonomi dan pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya angkatan 2015. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE), 6(3). https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jupe/article/view/25100