



Kreativitas Mahasiswa dalam Mengolah Produk Tradisional: Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu sebagai Peluang Bisnis Kekinian

Mila Agustin

milaagustinn765@gmail.com

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

Nadya Mahamida

nadyamahamida@gmail.com

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

Karyadi Hidayat

karyadihidayat@fkip.unila.ac.id

Alamat: Prof. Dr Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141

Korespondensi penulis: Milaagustinn765@gmail.com , karyadihidayat@fkip.unila.ac.id

Abstract. *Student creativity in the world of entrepreneurship is a crucial factor in creating competitive product innovations in the modern era. This study illustrates how students are able to transform traditional products into high-value innovations through the development of Tempe Crunchy and Dimsum Tofu. Processing traditional products with innovative touches, such as flavor variations, modern packaging, and digital marketing strategies, has been proven to increase consumer interest and open up new business opportunities among the younger generation. Tempe Crunchy presents distinctive Indonesian flavors in a convenient, light snack, while Dimsum Tofu combines local culinary elements with contemporary food trends. Students' creativity in modifying traditional products demonstrates the important role of the younger generation in preserving the archipelago's culinary heritage while developing a competitive creative economy in the modern era.*

Keywords: *creativity, students, traditional products, innovation, entrepreneurship.*

Abstrak. Kreativitas mahasiswa dalam dunia kewirausahaan menjadi faktor penting dalam menciptakan inovasi produk yang mampu bersaing di era modern. Kajian ini menggambarkan bagaimana mahasiswa mampu mengolah produk tradisional menjadi inovasi bernilai jual tinggi melalui pengembangan *Tempe Crunchy* dan *Dimsum Tahu*. Pengolahan produk tradisional dengan sentuhan inovatif, seperti variasi rasa, kemasan modern, dan strategi pemasaran digital, terbukti dapat meningkatkan minat konsumen serta membuka peluang bisnis baru di kalangan generasi muda. *Tempe Crunchy* menghadirkan cita rasa khas Indonesia dalam bentuk camilan ringan yang praktis, sedangkan *Dimsum Tahu* menggabungkan unsur kuliner lokal dengan tren makanan kekinian. Kreativitas mahasiswa dalam memodifikasi produk tradisional menunjukkan peran penting generasi muda dalam melestarikan warisan kuliner nusantara sekaligus mengembangkan ekonomi kreatif yang berdaya saing di era modern.

Kata kunci: kreativitas, mahasiswa, produk tradisional, inovasi, kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia wirausaha saat ini menuntut adanya kreativitas dan inovasi, terutama bagi generasi muda dalam menciptakan peluang usaha baru di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbukti memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia, yaitu sebesar 61,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap tenaga kerja hingga 97% dari total angkatan kerja nasional (BPS, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa dunia kewirausahaan menjadi ruang strategis bagi mahasiswa untuk berperan aktif dalam pembangunan ekonomi. Salah satu potensi besar yang dapat dikembangkan adalah pengolahan makanan tradisional menjadi produk inovatif yang sesuai dengan selera konsumen modern. Tempe, misalnya, diakui Food and Agriculture Organization (FAO) sebagai makanan berbasis fermentasi kedelai yang bernutrisi tinggi dan berkelanjutan (FAO, 2023). Demikian pula dimsum yang pada awalnya merupakan makanan dari Asia Timur mengalami adaptasi cita rasa sehingga menjadi makanan yang digemari di Indonesia (Kurniawati, 2022).

Lebih lanjut, dalam hasil penelitian sebelumnya, mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha sering menghadapi kendala pada tahap pengembangan ide kreatif dan keberanian untuk memodifikasi produk tradisional agar memiliki nilai jual tinggi (Putra & Lestari, 2023). Penelitian terdahulu lebih banyak memfokuskan pada inovasi UMKM ataupun industri kuliner skala rumahan, bukan pada kreativitas mahasiswa sebagai pelaku usaha pemula dalam mengolah makanan tradisional menjadi makanan kekinian (Sari & Nugraha, 2024). Kesenjangan penelitian ini menunjukkan bahwa belum banyak kajian yang secara khusus membahas bagaimana mahasiswa dapat menciptakan inovasi produk dari bahan lokal seperti Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu, serta bagaimana peluang bisnisnya dalam konteks wirausaha mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan kajian literatur yang mendalam untuk menganalisis berbagai referensi dari buku, artikel, dan jurnal terkait kreativitas mahasiswa dan inovasi produk makanan tradisional.

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau dan menganalisis literatur mengenai kreativitas mahasiswa dalam mengolah produk tradisional menjadi inovasi makanan kekinian, dengan fokus pada dua produk yaitu Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi konsep kreativitas dan inovasi produk dalam kewirausahaan mahasiswa berdasarkan kajian literatur, terlebih lagi dapat menelaah secara mendalam terkait dengan potensi bisnis dari inovasi Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu sebagai peluang usaha di era modern.

KAJIAN TEORI

Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan menghasilkan ide atau karya baru yang bermanfaat, yang muncul dari interaksi antara individu dan lingkungannya. Kreativitas dapat dikembangkan melalui pengetahuan, keterampilan berpikir, motivasi internal, dan lingkungan yang mendukung. Bagi Generasi Z, kreativitas menjadi bekal penting untuk beradaptasi di era digital karena membantu mereka melihat peluang, berinovasi, dan bersaing. Pendidikan berperan besar dalam menumbuhkan kreativitas melalui pembelajaran kritis, kolaboratif, dan mendorong keberanian bereksperimen (Amabile, 2003; Arifin & Nuringsi, 2024). Kreativitas mahasiswa juga berkembang melalui pemanfaatan bahan lokal seperti daun pisang, stik es krim, atau botol bekas yang diolah menjadi produk kerajinan bernilai estetis dan ekonomis. Kegiatan ini tidak hanya mengasah kreativitas, tetapi juga menumbuhkan kesadaran lingkungan dan melestarikan nilai budaya. Pemanfaatan bahan lokal mendukung pembangunan berkelanjutan, mengurangi limbah, serta membuka peluang usaha berbasis ekonomi kreatif. Melalui dukungan kampus dan komunitas, mahasiswa dapat belajar manajemen usaha, pemasaran, dan inovasi desain produk (Yusniar dkk., 2024). Faktor pendukung kreativitas mahasiswa meliputi dukungan akademik, fasilitas, pelatihan, kolaborasi dengan UMKM, serta motivasi internal. Faktor sosial seperti dukungan teman sebaya dan peluang pasar juga memperkuat semangat berkreasi. Namun, hambatan seperti keterbatasan modal, kurangnya sarana produksi, rendahnya kemampuan manajerial, serta minimnya minat terhadap budaya lokal masih menjadi kendala. Kebijakan kampus dan pemerintah yang belum maksimal juga memperlambat pengembangan kreativitas mahasiswa, sehingga dibutuhkan sinergi lintas pihak untuk mengoptimalkannya (Haerisma, 2018).

Teori peluang bisnis

Peluang bisnis menurut Suryana (2013) adalah situasi yang memberi kesempatan untuk memperoleh keuntungan melalui kreativitas dan inovasi. Mahasiswa memiliki potensi besar menjadi pencipta lapangan kerja melalui pendidikan kewirausahaan, dukungan kampus, dan keberadaan komunitas wirausaha. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan teori, tetapi juga menumbuhkan pola pikir kreatif, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan membaca kebutuhan pasar (Pratiwi & Dasmadi, 2024). Minat masyarakat terhadap produk lokal yang berciri budaya membuka peluang bisnis baru bagi generasi muda. Produk tradisional seperti tempe, kelapa, rempah, atau kerajinan dapat dikemas secara modern dan dipasarkan melalui media digital. Strategi seperti storytelling berbasis budaya dan komunikasi digital efektif dalam memperluas pasar, meningkatkan nilai produk, serta membangun kebanggaan budaya lokal (Gulo

dkk., 2024; Rongi, 2025). Selain itu, pengembangan produk tradisional juga memberdayakan masyarakat lokal melalui kolaborasi produksi dan distribusi. Namun, pengembangan bisnis berbasis bahan lokal menghadapi tantangan seperti kurangnya inovasi, keterbatasan modal, minimnya akses teknologi, serta kurang kuatnya strategi pemasaran digital. Dukungan infrastruktur dan kebijakan pemerintah yang belum optimal membuat potensi produk lokal belum berkembang maksimal. Oleh karena itu diperlukan kerja sama antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta untuk memperkuat inovasi dan menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif (Fheryawan & Djuarni, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literatur review, yaitu pendekatan yang menelaah berbagai sumber pustaka ilmiah yang relevan tanpa melakukan pengumpulan data langsung di lapangan. Metode ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kreativitas mahasiswa dalam mengolah produk tradisional seperti tempe dan tahu menjadi bernilai ekonomi tinggi yang berkaitan dengan kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Proses penelitian dimulai dari penentuan topik dan rumusan masalah, dilanjutkan dengan penelusuran berbagai sumber ilmiah melalui basis data seperti Google Scholar, DOAJ, ResearchGate, dan jurnal nasional terakreditasi. Literatur yang diperoleh kemudian dievaluasi dan diklasifikasikan berdasarkan tema utama, seperti kreativitas mahasiswa, inovasi produk tradisional, strategi pengembangan bisnis kuliner berbasis lokal, dan kontribusi ekonomi kreatif terhadap pemberdayaan generasi muda. Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis untuk menemukan hubungan antara kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan berbasis kearifan lokal, sehingga menghasilkan pemahaman komprehensif tentang peran mahasiswa sebagai agen kreatif dalam pengembangan ekonomi berbasis budaya dan produk lokal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kreativitas mahasiswa menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan, terutama karena kemampuan ini merupakan salah satu kecakapan yang dituntut dalam pembelajaran abad ke-21. Dalam konteks pendidikan tinggi, kreativitas tidak hanya dipandang sebagai bakat individual, tetapi juga sebagai kompetensi yang harus dikembangkan melalui proses pembelajaran. Oleh karena itu, melalui mata kuliah kewirausahaan, mahasiswa didorong untuk mengekspresikan dan mengembangkan kreativitasnya sebagai bagian dari capaian pembelajaran yang diharapkan. Berdasarkan aktivitas yang dilakukan selama proses pembelajaran dan praktik pengembangan produk, terlihat bahwa kreativitas mahasiswa mengalami peningkatan signifikan, terutama pada aspek kepekaan dalam melihat peluang bisnis. Mahasiswa menjadi lebih mampu mengidentifikasi kebutuhan pasar, memadukan ide-ide baru, serta mengembangkan inovasi yang relevan dengan potensi lingkungan sekitar. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan berperan nyata dalam memfasilitasi tumbuhnya pola pikir kreatif sekaligus mendorong mahasiswa untuk menghasilkan gagasan yang aplikatif dan bernilai ekonomis.

Pembahasan hasil kajian literatur ini menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam mengolah produk Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu tidak hanya berfokus pada proses menghasilkan ide baru, tetapi juga pada kemampuan membaca peluang pasar dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen masa kini. Kreativitas tersebut tampak dari keberanian mahasiswa mengadaptasi bahan makanan tradisional yang sering dianggap sederhana, kemudian mengolah dan mempresentasikannya menjadi produk kuliner yang memiliki nilai estetika, nilai jual, serta daya tarik komersial yang lebih tinggi. Pada produk Tempe Crunchy, proses ini terlihat melalui upaya melakukan *re-branding* tempe dari makanan sehari-hari menjadi camilan modern yang renyah, dikemas menarik, dan relevan dengan selera pasar anak muda. Hal serupa juga terlihat pada pengembangan Dimsum Tahu, di mana mahasiswa mampu mengintegrasikan bahan pangan local yaitu tahu dengan teknik pengolahan dan penyajian yang terinspirasi dari kuliner Asia Timur. Kombinasi ini menunjukkan adanya inovasi konseptual sekaligus keberhasilan dalam memadukan nilai tradisional dengan tren kuliner global. Melalui proses tersebut, mahasiswa tidak hanya menghasilkan produk baru, tetapi juga memperkuat nilai budaya melalui pemanfaatan

bahan pangan lokal, sehingga kreativitas yang dihasilkan memiliki dampak ekonomi sekaligus sosial. Dengan demikian, inovasi Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu merepresentasikan kemampuan mahasiswa dalam mengelola kreativitas menjadi peluang bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar kekinian.

Penelitian sebelumnya mempertegas bahwa kreativitas mahasiswa dalam mengembangkan produk kuliner biasanya diwujudkan melalui proses pemilihan bahan baku lokal yang kemudian diolah menjadi inovasi baru yang memiliki daya tarik visual dan cita rasa yang berbeda dari produk serupa di pasaran (Putra & Lestari, 2023). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kreativitas tidak sekadar menghasilkan produk yang “baru”, tetapi bagaimana mahasiswa mampu membaca karakteristik bahan yang tersedia di lingkungan sekitar dan mengolahnya menjadi sesuatu yang memiliki nilai jual. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa inovasi kuliner tidak hanya terletak pada teknik pengolahan, tetapi juga pada kemampuan menciptakan diferensiasi produk sehingga memiliki ciri khas dan keunikan yang dapat menjadi pembeda di tengah persaingan. Lebih jauh lagi, proses inovasi tersebut tidak muncul hanya karena dorongan kreativitas semata, tetapi juga dipengaruhi oleh adanya peluang pasar dan perubahan preferensi konsumen. Kondisi pasar saat ini menunjukkan bahwa konsumen, khususnya generasi muda, cenderung memilih produk kuliner yang praktis, unik, mudah diakses, dan tetap terjangkau. Tren tersebut memperlihatkan bahwa nilai kepraktisan menjadi aspek penting dalam keputusan pembelian. Data yang menunjukkan meningkatnya popularitas dimsum di kalangan generasi muda (Kurniawati, 2022) menjadi alasan kuat mengapa pengembangan Dimsum Tahu relevan dilakukan. Produk ini mengintegrasikan bahan pangan lokal yang sederhana dengan teknik penyajian modern, sehingga tidak hanya memenuhi minat konsumen terhadap kuliner kekinian, tetapi juga menawarkan kelebihan berupa harga yang lebih ekonomis dan akses bahan baku yang lebih mudah.

Selain kreativitas dan kesesuaian dengan tren konsumen, keberlanjutan bahan baku menjadi faktor strategis yang memperkuat alasan bahwa produk Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu layak untuk dikembangkan sebagai inovasi kuliner dan peluang usaha. Tempe sebagai bahan utama Tempe Crunchy dikenal sebagai pangan lokal yang memiliki keunggulan baik dari sisi nutrisi maupun aspek keberlanjutan lingkungan. Berdasarkan laporan FAO (2023), tempe termasuk salah satu sumber protein nabati dengan kandungan gizi yang lengkap, mudah dicerna, serta mengandung probiotik yang baik bagi kesehatan pencernaan. Lebih dari itu, proses produksi tempe memiliki jejak karbon dan penggunaan sumber daya yang lebih rendah dibandingkan dengan sumber protein hewani. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperoleh manfaat dari cita rasa dan nilai ekonomis, tetapi juga ikut berkontribusi dalam konsumsi pangan yang berkelanjutan. Melalui pemanfaatan tempe sebagai bahan utama, mahasiswa telah menunjukkan kemampuan untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam inovasi kuliner, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya sekadar mengikuti tren, tetapi juga selaras dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (sustainable development), khususnya pada aspek konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab. Selanjutnya, nilai keberlanjutan ini juga berkaitan dengan penguatan ketahanan pangan lokal. Pemilihan bahan baku lokal seperti tempe dan tahu tidak bergantung pada bahan impor, sehingga mendukung perputaran ekonomi lokal dan pemberdayaan produsen kecil seperti pengrajin tempe rumahan. Ketika inovasi kuliner menggunakan bahan lokal, dampaknya tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha, tetapi juga oleh masyarakat dalam rantai produksi. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya menciptakan produk kuliner yang kreatif, tetapi juga mendorong keberlanjutan ekonomi melalui pemanfaatan bahan baku yang mudah ditemukan, terjangkau, dan mendukung petani serta produsen lokal. Inovasi ini mencerminkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya menjaga keberlanjutan pangan dan pelestarian budaya kuliner Indonesia, karena tempe merupakan bagian dari identitas gastronomi nasional yang memiliki nilai historis dan simbolik.

Sejalan dengan aspek keberlanjutan tersebut, peluang bisnis untuk produk inovatif seperti Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu semakin terbuka lebar dengan adanya peningkatan pertumbuhan UMKM di sektor kuliner. Data dari BPS (2024) menunjukkan bahwa sektor UMKM terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, dan subsektor kuliner menjadi salah satu

penyumbang terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif nasional. Hal ini menandakan bahwa pasar kuliner merupakan sektor yang dinamis, progresif, dan memiliki potensi profit yang tinggi. Konsumen saat ini menunjukkan minat terhadap produk kuliner yang unik, praktis, dan memiliki nilai keunikan budaya. Dengan kata lain, karakteristik Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu sejalan dengan permintaan pasar yang semakin mengarah pada produk yang memiliki nilai tambah, baik dari sisi inovasi maupun keberlanjutan. Dalam konteks tersebut, pengembangan Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu bukanlah sekadar proyek berbasis tugas akademik, melainkan dapat menjadi embrio usaha rintisan (start-up kuliner) yang berpotensi berkembang menjadi bisnis jangka panjang. Mahasiswa telah menunjukkan kemampuan untuk menggabungkan kreativitas, nilai keberlanjutan pangan, dan pemahaman terhadap peluang pasar. Kombinasi ini menjadi modal penting dalam dunia kewirausahaan modern, di mana inovasi tidak hanya dilihat dari kuantitas ide yang dihasilkan, tetapi dari bagaimana ide tersebut mampu menjawab kebutuhan pasar dan memberikan dampak berkelanjutan bagi lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, produk seperti Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu mencerminkan integrasi antara kreativitas, keberlanjutan, dan orientasi bisnis, sehingga memiliki prospek yang realistis untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai unit usaha yang dapat bertahan dan bersaing di pasar kuliner kekinian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam mengolah produk tradisional seperti Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu menunjukkan peran penting dalam pengembangan inovasi kuliner berbasis bahan lokal. Mahasiswa mampu memanfaatkan bahan pangan sederhana seperti tempe dan tahu, kemudian mengolahnya menjadi produk yang lebih modern, menarik, dan memiliki nilai jual yang tinggi. Kreativitas tersebut tampak melalui kemampuan re-branding, modifikasi resep, penyesuaian cita rasa, serta pengemasan yang sesuai dengan preferensi konsumen masa kini. Selain menghasilkan inovasi produk, kreativitas mahasiswa juga berperan dalam membaca peluang pasar, menyesuaikan tren kuliner, serta mempertimbangkan aspek keberlanjutan bahan baku. Temuan dari berbagai literatur menunjukkan bahwa penggunaan bahan lokal yang mudah didapat dan ramah lingkungan menjadi nilai tambah dalam inovasi kuliner mahasiswa. Oleh karena itu, Tempe Crunchy dan Dimsum Tahu memiliki prospek bisnis yang kompetitif karena menawarkan keunikan, harga terjangkau, serta kesesuaian dengan tren gaya hidup masyarakat modern. Kreativitas mahasiswa tidak hanya berdampak pada peningkatan kompetensi pribadi dalam kewirausahaan, tetapi juga memiliki kontribusi pada pelestarian bahan pangan lokal, penguatan ekonomi kreatif, dan pembentukan peluang usaha baru yang berkelanjutan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Bersifat kajian literatur, sehingga belum melakukan uji empiris secara langsung terhadap konsumen, proses produksi, atau uji kelayakan bisnis secara komprehensif. Banyak penelitian literatur juga hanya menilai kreativitas mahasiswa secara konseptual tanpa pengukuran langsung.
2. Keterbatasan referensi mengenai inovasi produk tempe dan olahan tahu dalam konteks kewirausahaan mahasiswa, karena sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada UMKM, bukan mahasiswa sebagai inovator.
3. Tidak mencakup analisis ekonomi dan kelayakan usaha, seperti perhitungan biaya produksi, harga pokok penjualan, analisis BEP, atau potensi skala industri. Banyak studi kuliner mahasiswa berhenti pada tahap formulasi produk dan uji sensoris.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya perlu melakukan uji empiris langsung, seperti survei konsumen, analisis preferensi, uji sensoris, dan observasi proses pengolahan untuk memperoleh data yang lebih komprehensif.
2. Perlu dilakukan analisis kelayakan bisnis yang mencakup perhitungan biaya produksi, BEP, segmentasi pasar, dan strategi pemasaran digital agar produk dapat dikembangkan menjadi usaha nyata.
3. Pengembangan produk perlu mempertimbangkan aspek standar keamanan pangan, seperti uji mikrobiologi, umur simpan, dan pengemasan sesuai regulasi industri rumahan.
4. Penguatan kolaborasi antara kampus dan UMKM kuliner diperlukan untuk memperluas pembelajaran praktik mahasiswa dalam inovasi pangan lokal.
5. Mahasiswa disarankan mengoptimalkan pemasaran digital, misalnya menggunakan media sosial, marketplace, dan brand positioning agar produk lebih kompetitif di pasar kuliner kekinian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, C. C., & Nuringsih, K. (2024). Determinan Kreativitas Berwirausaha Generasi Z. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(3), 568-579.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik UMKM Nasional 2024*. Jakarta: BPS RI.
- Djuarni, W. (2023). Strategi Produk Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 35-43.
- Fauziah, N., & Rahayu, D. (2021). Standar Keamanan Pangan pada Produk Olahan Berbasis Kedelai. *Jurnal Teknologi Pangan dan Gizi*, 12(1), 45-53.
- Food and Agriculture Organization. (2023). *Fermented Soybean Products as Sustainable Protein Source*. Rome: FAO.
- Gulo, E., Laia, D., & Bello, Y. A. (2024). Cara Wirausaha Muda Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*, 1(4), 10-23.
- Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif bidang fashion melalui bauran pemasaran. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 91-104.
- Hasrul, W. I. J. A. Y. A. (2025). Entrepreneurship based on culture and local wisdom: Building sustainable business from tradition. *Journal Of Indonesian Scholars For Social Research: Yayasan Cendekiawan Indonesia Timur*, 5(1), 14-23.
- Hapsari, T., & Yunita, D. (2022). Pemanfaatan Bahan Pangan Lokal dalam Inovasi Produk Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 9(2), 201-212.
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa FEB UKSW Konsentrasi Kewirausahaan). *AJIE (Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship)*, 2(03), 291-314.
- Herdiyani, S., Barkah, C. S. A., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: Literature review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2),
- Kurniawati, A. (2022). Tren Konsumsi Makanan Praktis pada Generasi Milenial dan Gen-Z. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 134-145.
- Olivia, M., & Nuringsih, K. (2022). Peran pengetahuan kewirausahaan dan media sosial dalam pengembangan kreativitas berwirausaha. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 203-212.
- Pratiwi, Y. N. D., & Dasmadi, D. (2024). Meningkatkan Entrepreneurship Meraih Peluang Bisnis dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora*, 5(2), 33-38.
- Pratiwi, L., & Wulandari, S. (2023). Strategi Pemasaran Digital pada Produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 7(1), 89-102.
- Putra, R. H., & Lestari, D. (2023). Kreativitas Mahasiswa dalam Berwirausaha: Studi pada Inovasi Produk Kuliner. *Jurnal Entrepreneurship Education*, 5(1), 45-58.

- Rongi, T. S. (2025). Strategi Komunikasi Digital Wirausahawan Muda Dikota Kupang Dalam Membangun Brand Lokal Di Era Media Sosial. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(10), 170-181.
- Sari, M., & Nugraha, T. (2024). Pengembangan Produk Tradisional Berbasis Inovasi: Peluang dan Tantangan UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 4(3), 67-79.
- Yusniar, Y., Sari, C. P. M., Heriyana, H., & Yunina, Y. (2024). Pemberdayaan Generasi Muda Melalui Produksi Kerajinan Tangan Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial (JPES)*, 3(2), 1-7.