



---

## INOVASI KUE TRADISIONAL DALAM KEMASAN MODERN:PELUANG BISNIS CHOCOLATE CORNNUT KEKINIAN

**Rima Fadhilatunnisa**

[rimafadhila656@gmail.com](mailto:rimafadhila656@gmail.com)

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

**Annisa Dwi Lestari**

[anisadwi7897@gmail.com](mailto:anisadwi7897@gmail.com)

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

**Karyadi Hidayat**

[karyadihidayat@fkip.unila.ac.id](mailto:karyadihidayat@fkip.unila.ac.id)

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung Alamat:Jl. Prof. Dr.

Soemantri Brojonegoro No. 1 Gedung Meneng-Bandar Lampung *Korespondensi penulis:*

[rimafadhila656@gmail.com](mailto:rimafadhila656@gmail.com)

**Abstract.** *This article analyzes the business potential of "Chocolate Cornnut," a culinary innovation that combines chocolate, corn, and coconut, creating a unique visual appeal and flavor from local ingredients. Through a literature review, this research identifies a promising market opportunity in Indonesia, supported by the innovation's flexibility and broad consumer appeal. This business has the potential to empower the local economy and create jobs. Despite challenges such as competition and fluctuating raw material prices, success can be achieved through continuous innovation, an omnichannel marketing strategy, efficient supply chain management, and a focus on customer experience. This analysis, based on innovation and entrepreneurship theories, including Schumpeter's concepts, demonstrates that Chocolate Cornnut offers sustainable business growth and positive socio-economic impacts.*

**Keywords:** Culinary Innovation, Business Potential, Local Innovation, Social Impact.

**Abstrak** Artikel ini menganalisis potensi bisnis "Chocolate Cornnut," inovasi kuliner yang memadukan cokelat, jagung, dan kelapa, menciptakan daya tarik visual dan rasa unik dari bahan baku lokal. Melalui studi literatur, penelitian ini mengidentifikasi peluang pasar yang menjanjikan di Indonesia, didukung oleh fleksibilitas inovasi dan daya tarik konsumen yang luas. Bisnis ini berpotensi memberdayakan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja. Meskipun menghadapi tantangan seperti persaingan dan fluktuasi harga bahan baku, kesuksesan dapat diraih melalui inovasi berkelanjutan, strategi pemasaran omnichannel, pengelolaan rantai pasok efisien, dan fokus pada pengalaman pelanggan. Analisis ini didasarkan pada teori inovasi dan kewirausahaan, termasuk konsep Schumpeter, menunjukkan bahwa Chocolate Cornnut menawarkan pertumbuhan bisnis berkelanjutan dan dampak sosial-ekonomi positif.

**Kata Kunci:** Inovasi Kuliner, Potensi Bisnis, Inovasi Lokal, Dampak Sosial.

### PENDAHULUAN

Di tengah dinamisnya industri makanan dan minuman, inovasi terus bermunculan menawarkan pengalaman baru bagi konsumen. Salah satu kreasi yang menarik perhatian adalah *chocolate cornnut*, perpaduan unik antara cita rasa manis cokelat,

tekstur lembut jagung dan gurihnya kelapa. Kombinasi ini tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga membuka peluang bisnis yang menjanjikan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji potensi bisnis *chocolate cornnut* secara mendalam. Melalui analisis tren pasar, identifikasi target konsumen, dan strategi pemasaran yang efektif, diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif bagi para pelaku usaha yang tertarik untuk terjun ke dalam bisnis ini (Tjiptono, 2015). Selain itu, artikel ini juga akan membahas tantangan-tantangan yang mungkin dihadapi serta solusi-solusi yang dapat diterapkan untuk mencapai kesuksesan. Industri makanan dan minuman terus berkembang pesat, didorong oleh perubahan selera konsumen dan inovasi produk yang tak pernah berhenti.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk kreatif dan adaptif dalam menciptakan produk yang unik dan menarik. Salah satu inovasi yang belakangan ini mencuri perhatian adalah *chocolate cornnut*, sebuah kreasi kuliner yang menggabungkan cita rasa manis cokelat, kerenyahan jagung, dan kelembutan kelapa. Perpaduan tekstur dan rasa yang unik ini tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga membuka peluang bisnis yang menjanjikan di pasar yang terus mencari hal baru (Sukirman, 2017)

*Chocolate cornnut* menawarkan potensi yang menarik karena beberapa alasan. Pertama, produk ini memiliki daya tarik visual yang kuat, dengan tampilan yang menarik dan menggugah selera. Kedua, kombinasi rasa yang unik menciptakan pengalaman makan yang berbeda dari produk-produk sejenis. Ketiga, *chocolate cornnut* dapat disesuaikan dengan berbagai variasi dan topping, memberikan fleksibilitas bagi pelaku usaha untuk berinovasi dan memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peluang bisnis yang ditawarkan oleh *chocolate cornnut*. Melalui analisis tren pasar, identifikasi target konsumen, dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Diharapkan dapat memberikan panduan komprehensif bagi para pelaku usaha yang tertarik untuk terjun ke dalam bisnis ini (Porter, 2008). Selain itu, artikel ini juga akan membahas tantangan-tantangan yang mungkin dihadapi, seperti persaingan dengan produk sejenis, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan selera konsumen. Solusi-solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi tantangan-tantangan ini juga akan diulas, dengan tujuan untuk membantu para pelaku usaha mencapai kesuksesan dalam bisnis *chocolate cornnut*. *Chocolate cornnut*, inovasi kuliner yang memadukan cokelat, jagung, dan kelapa, menawarkan peluang bisnis menarik di industri makanan yang dinamis.

Kombinasi rasa dan tekstur uniknya menarik perhatian konsumen serta menciptakan potensi pasar yang signifikan. Artikel ini mengkaji potensi bisnis *chocolate cornnut* secara komprehensif, analisis tren pasar, identifikasi target konsumen, dan strategi pemasaran efektif akan dibahas. Selain itu, tantangan bisnis dan solusi inovatif juga akan diulas untuk membantu pelaku usaha meraih kesuksesan. Lebih dari sekadar camilan, bisnis *chocolate cornnut* dapat berkontribusi pada ekonomi lokal dan pemberdayaan

masyarakat melalui penggunaan bahan baku lokal serta penciptaan lapangan kerja. Artikel ini mempertimbangkan dampak bisnis, sosial, dan lingkungan secara holistik. (Ningrum, 2022)

## **KAJIAN TEORI**

### **1. Teori Inovasi dan Kreativitas**

Sebagaimana dinyatakan oleh Spinelli dan Timmons (2010) dalam Murniati (2019), kewirausahaan merupakan pola pikir yang berfokus pada identifikasi peluang bisnis melalui riset dan tindakan, dengan menerapkan pendekatan kepemimpinan yang komprehensif dan seimbang. Jalan menuju kewirausahaan membutuhkan evaluasi yang matang serta kemauan untuk mengambil risiko guna menavigasi tantangan dan meraih kemenangan. Pada dasarnya, seorang wirausahawan mewujudkan pola pikir kewirausahaan dengan mengintegrasikan aspek-aspek fundamental kewirausahaan ke dalam kehidupannya (Hermawan, 2015). Persaingan di arena bisnis tidak dapat dihindari. Menghadapi persaingan ini, wirausahawan menghadapi berbagai peluang dan ancaman yang mungkin muncul, baik dari luar maupun dalam bisnisnya. Oleh karena itu, setiap wirausahawan harus secara konsisten memahami dinamika pasar, keinginan konsumen serta berbagai transformasi dalam lanskap bisnisnya agar dapat bersaing secara efektif dengan yang lain. Biasanya, wirausahawan memanfaatkan kreativitas mereka untuk memaksimalkan manfaat dari sumber daya yang langka. Bagi mereka, inovasi berfungsi sebagai alat untuk memanfaatkan perubahan. (Muniarti, 2021).

### **2. Teori Inspirasi dan Peluang Bisnis**

Memulai bisnis dimulai dengan motivasi, yang dapat muncul dari berbagai pengalaman yang terkadang kita temui dan seringkali sesuai aspirasi kita dengan memperhatikan serta mempelajari lingkungan, kita dapat menemukan sumber inspirasi. Hal ini tentunya akan menuntun kita untuk mengidentifikasi potensi usaha bisnis. Memang benar bahwa peluang bisnis ada dalam berbagai keadaan. Terkadang, seseorang yang menghadapi tantangan dapat menciptakan peluang bisnis. Jika cermat terhadap lingkungan sekitar, kita akan mengenali ide bisnis yang tepat, meskipun itu berasal dari hobi yang kita sukai. Kebanyakan individu sukses mengembangkan minat mereka saat ini. Sebaliknya, jika kita bercita-cita menjadi wirausahawan sukses, maka perlu memulai dengan keinginan yang kuat untuk mengejar tujuan. Kita harus bekerja keras agar keinginan tersebut terwujud dan berkembang, dan perlu mematuhi etika bisnis, yang terpenting adalah menghormati pelanggan, yang merupakan kunci kesuksesan dan menjadi cara paling sederhana untuk mempromosikan bisnis (Muniarti, 2021).

### **3. Teori Inovasi dan Perubahan Ekonomi (Schumpeter)**

Teori Joseph Schumpeter merupakan salah satu fondasi penting dalam kajian kewirausahaan modern. Schumpeter (1934) melihat wirausahawan sebagai “agen perubahan” yang menggerakkan dinamika ekonomi melalui inovasi. Menurutnya, inovasi tidak hanya berarti penemuan teknologi baru, tetapi mencakup lima bentuk utama yaitu, penciptaan produk baru, metode produksi baru, pembukaan pasar, sumber

bahan baku, dan pembentukan organisasi atau struktur industri. Perspektif Schumpeter, tindakan inovatif wirausahawan memicu proses yang disebut *creative destruction*, yaitu penghancuran struktur lama oleh inovasi baru yang lebih efisien atau lebih menarik bagi pasar. Misalnya, kehadiran transportasi online menggantikan pola konsumsi transportasi tradisional. Proses “penghancuran” ini berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi karena memaksa sistem ekonomi beradaptasi, berkembang, dan menciptakan peluang baru.

Kewirausahaan dipahami bukan sebagai kegiatan statis, tetapi sebagai kekuatan disruptif yang terus memperbarui sistem ekonomi. Schumpeter juga memperkenalkan konsep *entrepreneurial profit* atau *Schumpeterian rent*, yaitu keuntungan sementara yang diperoleh wirausahawan inovatif sebelum inovasinya ditiru oleh kompetitor. Konsep ini penting untuk menjelaskan mengapa wirausahawan berani mengambil risiko: mereka mengejar peluang untuk memperoleh keuntungan ekstra dalam periode singkat. Namun, karena pasar selalu bergerak menuju kompetisi sempurna, keuntungan ini akan menurun seiring waktu, mendorong wirausahawan untuk kembali berinovasi. Pada konteks ekonomi modern, teori Schumpeter banyak digunakan untuk menjelaskan munculnya startup teknologi, bisnis digital, dan disrupsi industri. Perkembangan teknologi informasi mempercepat proses *creative destruction*, sehingga wirausahawan harus memiliki kemampuan adaptasi, kreativitas, dan visi jangka panjang. Selain itu, teori ini juga menekankan bahwa inovasi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga dapat berupa inovasi model bisnis, layanan, platform digital, hingga inovasi social (Arifin, 2020).

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan adalah studi literatur atau kajian pustaka. Studi literatur merupakan teknik esensial dalam pengumpulan data, yang melibatkan penelusuran dan analisis mendalam terhadap berbagai sumber tertulis seperti buku, jurnal, laporan, dan catatan relevan yang berhubungan erat dengan isu yang diteliti, yaitu peran kewirausahaan sosial dalam pemberdayaan masyarakat (Nazir, 2003). Metode pengumpulan data spesifik yang diterapkan dalam artikel ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah teknik yang berfokus pada penggalian data dari literatur dan dokumen yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik pembahasan. Setelah data berhasil dihimpun, tahap selanjutnya adalah analisis data. Analisis dilakukan dengan cara deskriptif, di mana fakta-fakta yang diperoleh diuraikan secara cermat dan kemudian diperkaya dengan interpretasi serta penjelasan yang memadai, studi literatur ini mencakup langkah-langkah sistematis, yaitu identifikasi terstruktur, penemuan pustaka, dan analisis dokumen yang memuat informasi yang relevan dengan topik yang diangkat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Strategi Substitusi Sebagai Penciptaan Nilai Baru**

Kewirausahaan yang efektif seringkali muncul dari keberanian untuk berinovasi dan

menyajikan sesuatu yang berbeda dari status aslinya (Schumpeter, 1934). Inovasi cornnut mencerminkan hal ini melalui pengalihan bahan dasar utamanya, yaitu singkong (yang identik dengan Getuk/Awuk-Awuk) digantikan oleh kombinasi jagung dan kelapa sebagai basis utama produk. Pergantian ini bertujuan untuk menciptakan profil tekstur dan rasa yang lebih fresh dan menarik bagi pasar kekinian (Tjiptono & Chandra, 2012). Jagung memberikan karakter rasa gurih dan sedikit manis yang unik, sementara kelapa menambah dimensi aroma tropis yang khas. Perubahan basis bahan ini bukan hanya sekadar modifikasi, tetapi merupakan langkah strategis untuk menciptakan nilai diferensiasi sejak awal. Diferensiasi Produk melalui Eksplorasi Komoditas Lokal dan Pelengkap Cokelat.Keunggulan kompetitif *cornnut* terbentuk dari kombinasi cerdas bahan baku: basis jagung dan kelapa sebagai identitas lokal, serta cokelat sebagai universal enhancer.Diferensiasi produk dihasilkan dari sinergi elemen ini.(Fatkhurahman et al., 2025).Jagung dan kelapa memberikan tekstur dan rasa lokal yang unik, sementara cokelat berperan sebagai jembatan rasa. Cokelat, dengan daya tariknya yang luas dan universal berfungsi meningkatkan penerimaan pasar terhadap basis jagung dan kelapa yang mungkin dianggap tidak lazim pada dessert modern. Ini mengubah kue berbasis komoditas lokal menjadi produk gourmet yang mewah dan meningkatkan perceived value di mata konsumen (Hadi, 2018). Kombinasi Cokelat- Jagung-Kelapa (*cornnut*) menghasilkan fusion rasa yang spesifik dan belum banyak dieksplorasi oleh pesaing.Menjual Passion Wirausaha dan Keunikan Rasa Dalam pemasaran, narasi yang kuat dapat meningkatkan koneksi emosional konsumen terhadap merek. Strategi pemasaran *cornnut* dapat menonjolkan alasan di balik pemilihan jagung sebagai basis utama, yang berawal dari ketertarikan dan kecintaan pribadi penulis/wirausaha terhadap komoditas tersebut.Dengan menonjolkan passion pribadi ini, wirausaha menjual narasi yang otentik dan lebih personal, bukan sekadar keputusan bisnis semata. Narasi ini kemudian diperkuat dengan penekanan pada keunikan rasa dari kombinasi Cokelat, Jagung, dan Kelapa. Pemasaran digital harus fokus pada bagaimana rasa yang unik ini memberikan pengalaman baru yang layak untuk dibagikan (Fillis, 2017), menggunakan visual yang menarik dan aesthetic untuk memicu word-of-mouth di media sosial(Tifani et al., 2025).

## **2. Daya Tarik Unik Chocolate Cornnut**

Chocolate cornnut menyajikan pengalaman mencicipi yang berbeda dan sangat menyenangkan. Rasa manis dari cokelat yang meleleh di mulut dan tekstur lembut pada jagung membentuk kombinasi yang seimbang dan lezat. Camilan ini tidak hanya menenangkan lidah, tetapi juga memberikan sensasi yang menggemaskan. Selain itu, *chocolate cornnut* juga memiliki daya tarik visual yang kuat. Dengan warna cokelat yang menggoda dan camilan ini terlihat menarik serta mampu menarik minat orang-orang. Rasa manis dari cokelat dan aroma gurih jagung menyatu dengan baik, menciptakan rasa yang enak dan membuat orang ingin makan terus. Rephrase Kombinasi ini membuat chocolate cornnut berbeda dari camilan manis lainnya. *Chocolate cornnut* memiliki tekstur lembut dari jagung dan lembut dari cokelat, yang

memberikan sensasi mengunyah yang menyenangkan dan membuat orang ingin mengunyah terus. *Chocolate cornnut* bisa dinikmati kapan saja, baik sebagai camilan saat di rumah, saat belajar, kerja, atau bahkan sebagai tambahan di atas hidangan penutup. Kepraktisan dan sifatnya yang bisa digunakan dalam berbagai situasi membuat *chocolate cornnut* menjadi pilihan yang sangat cocok. (Nasution et al., 2023)

### **3. Potensi Pasar yang Menjanjikan**

Indonesia memiliki pasar camilan yang sangat luas dan beragam. Konsumen di sini terus mencari variasi rasa dan tekstur yang baru serta menarik. *Chocolate cornnut* cocok dengan selera karena menggabungkan rasa manis dan lembut yang istimewa. Camilan ini cocok dinikmati oleh berbagai usia, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua. Selain itu, *chocolate cornnut* pun memiliki peluang untuk dipasarkan, terutama di wilayah dengan kebiasaan mengonsumsi camilan yang tinggi. *Chocolate cornnut* adalah camilan inovatif yang memiliki peluang besar di pasar. Melalui usaha yang tekun dan strategi yang tepat, bisnis *chocolate cornnut* bisa sukses dan menjadi camilan yang disukai banyak orang. Produk ini menjanjikan karena menggunakan bahan baku berkualitas, memiliki rasa yang menarik, pemasaran yang baik (Made et al., 1967).

### **4. Tantangan dalam Mengembangkan Bisnis Chocolate Cornnut**

Meskipun memiliki potensi besar, bisnis *chocolate cornnut* tetap menghadapi beberapa hambatan. Salah satunya adalah persaingan yang sangat tinggi di industri camilan. Banyak merek sudah mapan dengan pangsa pasar yang besar. Oleh karena itu, *chocolate cornnut* perlu memiliki strategi pemasaran yang jitu agar mampu membedakan diri dari pesaing yang ada dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, perubahan harga bahan baku juga bisa menjadi tantangan. Harga jagung dan cokelat terkadang berfluktuasi tergantung musim dan kondisi pasar. Maka, bisnis *chocolate cornnut* harus memiliki manajemen keuangan yang cekatan guna menghadapi tantangan ini (Koilam & Widyatmoko, 2025).

## **KESIMPULAN**

Bisnis *chocolate cornnut* menawarkan peluang menarik di industri makanan yang terus berkembang. Kombinasi unik antara cokelat, jagung, dan kelapa menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Potensi inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat dapat membawa bisnis ini menuju kesuksesan. Namun, pelaku usaha perlu memperhatikan kualitas produk, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan keuangan yang baik. Selain itu, bisnis *chocolate cornnut* juga berpotensi memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal melalui penggunaan bahan baku lokal dan penciptaan lapangan kerja. Dengan menjalankan bisnis secara bertanggung jawab, pelaku usaha dapat meraih keuntungan sekaligus berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial. Setelah menelaah berbagai aspek yang terkait dengan bisnis *chocolate cornnut*, dapat ditarik kesimpulan bahwa bisnis ini menawarkan peluang yang menjanjikan di tengah persaingan industri makanan dan minuman yang semakin ketat. Kombinasi unik antara rasa manis cokelat, tekstur lembut jagung, dan kegurihan dari kelapa menciptakan daya tarik tersendiri bagi

konsumen dari berbagai kalangan usia. Potensi inovasi produk yang luas memungkinkan pelaku usaha untuk terus mengembangkan varian rasa dan tampilan *chocolate cornnut* yang menarik dan sesuai dengan selera pasar. Strategi pemasaran yang efektif, baik melalui media sosial maupun saluran offline, dapat membantu meningkatkan brand awareness dan menjangkau target konsumen yang lebih luas. Namun, untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan, pelaku usaha perlu memperhatikan beberapa faktor kunci. Kualitas produk harus menjadi prioritas utama, dengan menggunakan bahan baku terbaik dan proses produksi yang higienis. Pelayanan pelanggan yang ramah dan responsif juga sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, pengelolaan keuangan yang cermat dan efisien akan membantu menjaga stabilitas dan pertumbuhan bisnis. Lebih dari sekadar peluang bisnis yang menguntungkan, *chocolate cornnut* juga berpotensi memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal. Penggunaan bahan baku lokal, seperti jagung, dapat mendukung petani dan perekonomian daerah. Selain itu, bisnis ini juga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Adanya aktivitas menjalankan bisnis *chocolate cornnut* secara bertanggung jawab dan berkelanjutan, pelaku usaha tidak hanya dapat meraih keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial yang lebih baik.

#### **Saran**

1. Pengembangan Produk yang Berkelanjutan: Inovasi produk harus menjadi prioritas utama. Jangan hanya terpaku pada varian *chocolate cornnut* yang sudah ada, tetapi teruslah berkreasi dengan menciptakan kombinasi rasa, tekstur, tampilan yang baru, dan menarik. Pertimbangkan penggunaan bahan-bahan lokal yang unik, sehat, serta eksplorasi tren makanan global untuk menciptakan produk yang relevan dengan selera konsumen yang beragam. Selain itu, perhatikan juga aspek keberlanjutan dalam pengembangan produk, seperti penggunaan kemasan ramah lingkungan dan praktik produksi yang bertanggung jawab.
2. Strategi Pemasaran *Omnichannel* yang Terintegrasi: Pemasaran *chocolate cornnut* harus dilakukan secara terintegrasi melalui berbagai saluran, baik online maupun offline. Manfaatkan media sosial untuk membangun brand awareness, berinteraksi dengan konsumen, dan mempromosikan produk secara visual. Buat konten yang menarik dan relevan, seperti video tutorial, resep kreasi, dan *giveaway* menarik. Selain itu, jalin kerjasama dengan *influencer* dan *food blogger* untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Di sisi offline, pertimbangkan untuk membuka *booth* atau *outlet* di lokasi strategis, seperti pusat perbelanjaan, kampus, atau area perkantoran. Ikuti juga pameran atau festival makanan untuk memperkenalkan *chocolate cornnut* kepada masyarakat luas.
3. Pengelolaan Rantai Pasok yang Efisien dan Berkelanjutan: Pastikan ketersediaan bahan baku yang berkualitas dengan harga yang kompetitif. Jalin kerjasama yang erat dengan pemasok lokal untuk mendukung perekonomian daerah serta mengurangi biaya transportasi. Terapkan sistem manajemen inventaris yang efisien

untuk menghindari kekurangan atau kelebihan stok. Perhatikan juga aspek kualitas dan keamanan pangan dalam seluruh rantai pasok, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi serta distribusi. Selain itu, pertimbangkan praktik-praktik berkelanjutan dalam rantai pasok, seperti penggunaan energi terbarukan dan pengurangan limbah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin. (2020). LANDASAN TEORI: Landasan Teori. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 2, 275–276.
- Fatkurahman, F., Aznuriyandi, A., & N, A. (2025). Inovasi Jajanan Pasar Berbahan Dasar Labu Kuning (Waluh) Pada Kelompok Usaha Bersama Graha Permai. *Jurnal Pengabdian Kompetitif*, 4(1), 91–103. <https://doi.org/10.35446/pengabdiankompetif.v4i1.2265>
- Koilam, N. D., & Widyatmoko, K. (2025). Tren Penelitian Dan Strategi Peningkatan Minat Kewirausahaan Dalam Lingkungan Pendidikan: Analisis Sistematis Literatur 2019–2024. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 4(2), 165–172. <https://doi.org/10.36448/jpu.v4i2.94>
- Made, N., Ayuni, S., Martini, K. I., Putu, N., & Suparyantini, R. (1967). *605-Article Text-1630-2-10-20241223*. 1–9.
- Muniarti. (2021). KEWIRAUSAHAAN Tim. In *Puji Muniarty, Ahmad Bairizki, Acai Sudirman, Wulandari, Jodang Setia Adi Anista, Elistia, Dewa Gede Satriawan, Suryati Eko Putro, Agus Suyatno, Retno Setyorini, Surya Putra, Lucky Nugroho, Dety Nurfadilah & Sudarmawan Samidi, Arfah & Fitriana*.
- Nasution, N. Iaila, Tambunan, A., Hasibuan, S. R. D., Khodijah, S. K., & Ramadani, M. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Usaha Kue Tradisional Di Desa Maga Kecamatan Lembah Sorik Merapi. *Jurnal Kesehatan Ilmiah Indonesia (Indonesian Health Scientific Journal)*, 8(1), 204–208. <https://doi.org/10.51933/health.v8i1.1049>
- Ningrum, D. (2022). JURNAL KEWIRAUSAHAAN VOL. 8 No. 4, Juni 2022. *Jurnal Kewirausahaan*, 8(4), 262–272.
- Sukirman, S. (2017). Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha melalui Perilaku Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 117. <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.318>
- Tifani Kautsar, Aesa Musaropah, Sofia Andini, Muhammad Yusuf Faiz Arroyyan, Novi Sofiyanti, Diktiyani Alya Putri, Havy Dwi Asri Hasanah, Siska Nur Latifah, Ifan, Salmanida Agnia Putri, Ima Kharisma, Dimas Hidayatul Mustafid, Dewi Susilawati, Inda Putri Permatasari, Fikari Aufa Rofiqi, & Riska Rismawati. (2025). Inovasi Produk Lokal: Peran Ubi Ungu dalam Meningkatkan Produktivitas Kewirausahaan di Desa Sindangbarang. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 4(2), 1–5. <https://doi.org/10.25134/jise.v4i2.104>