

METODE PEMASARAN PISANG RAJA (*Musa paradisiaca L*) MENJADI OLAHAN NUGET MELALUI MEDIA ONLINE

Bambang Tri Kurnianto¹, Mufida Diah Lestari², Ermawati Dewi³

^{1,2,3}Universitas Tulungagung

Email: mufida@unita.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengacu pada perkembangan metode pemasaran pisang nugget dengan melalui media online. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat sejauh mana metode pemasaran secara online bisa digunakan dalam proses pemasaran. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif guna mendapatkan informasi yang sedalam-dalamnya. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Tulungagung karena di beberapa daerah di Tulungagung banyak terdapat buah pisang dan termasuk salah satu produk yang bisa diolah lagi menjadi nugget agar supaya memiliki penambahan nilai dari produk aslinya. Hasil dari penelitian ini pemasaran olahan pisang menjadi nugget cukup mendapatkan respon positif dari masyarakat dengan banyaknya wirausaha-wirausaha kecil di Kabupaten Tulungagung membuat produk olahan pisang dengan menggunakan metode pemasaran secara online dengan melalui grab food serta jasa pengiriman lain (lokal), dan *merket place*. Dari perkembangan metode pemasaran ini mampu mendongkrang penghasilan dari petani pisang karena nilai jual dari pisang tersebut mengalami kenaikan harga.

Kata Kunci: Pemasaran, Pisang, Media Online.

Abstract

This research refers to the development of nugget banana marketing methods through online media. The purpose of this research is to see how far online marketing methods can be used in the marketing process. The method used is a qualitative research method in order to get as much information as possible. This research was conducted in Tulungagung Regency because in several areas in Tulungagung there are lots of bananas and this is one of the products that can be processed into nuggets so that they have added value to the original product. The results of this study, the marketing of processed bananas into nuggets, has received a positive response from the community with many small entrepreneurs in Tulungagung Regency making processed banana products using online marketing methods through grab food and other (local) delivery services, and market places. From the development of this marketing method, it was able to boost the income of banana farmers because the selling value of these bananas experienced an increase in price.

Keywords: Marketing, Banana, Online Media.

A. PENDAHULUAN

Buah pisang merupakan salah satu buah yang merupakan salah satu komoditas yang banyak ditanam oleh baik petani maupun masyarakat di daerah Kabupaten Tulungagung. Pisang yang banyak ditanam adalah jenis pisang raja yang mana pisang ini adalah salah satu jenis pisang yang mudah dikenali karena memiliki tekstur tebal dengan warna kuning jingga (Setiyoko & Astri, 2019; Candra et al., 2019). Pisang raja ini mudah ditemukan dan memiliki rasa yang manis. Akar dari pohon pisang ini dapat tumbuh menuju bawah sampai kedalaman

75-150 cm. daun yang dimiliki pohon pisang raja sendiri berbentuk lanset memanjang dan letaknya tersebar dengan bagian bawah daun berlapis lilin (Maulidia & Habiburahman, 2022; Vahila & Lelawati, 2019).

Pisang raja ini memiliki tangkai daun yang panjangnya antara 30-40 cm. Pisang raja juga memiliki bunga yang bentuknya merupai jantung. Pohon pisang raja sendiri pun maksimal bisa tumbuh hingga ketinggian 2,5-3 meter. Pisang raja merupakan carietas lokal yang memiliki rasa yang khas dan memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan mengkonsumsi pisang raja, maka banyak nutrisi yang terkandung didalamnya seperti: protein, karbohidrat, lemak, kalsium, fosfor, zat besi, vitamin A, B1 dan C.

Selain dikonsumsi secara langsung pisang raja sekarang ini juga telah mengalami pengolahan yang moderen sehingga menghasilkan produk-produk makanan baru seperti sale pisang, keripik pisang, dan yang terbaru dan sedang ngetrend adalah nuget pisang. Pisang raja juga karena memiliki ke khasan, maka pisang raja inipun juga sering digunakan sesaji dalam adat Jawa, kelengkapan waktu pesta pernikahan dan lamaran (Ekasari & Roza, 2018; Noordia et al., 2016). Buah pisang raja 2 sisir yang dilengkapi dengan buah hambe dan sirih memiliki makna khusus yakni kesuburan sehingga biasanya pada upacara adat pernikahan jawa pisang raja ini menjadi salah satu item penting yang harus ada (Putri et al., 2019; Rahmah, 2019).

Pisang raja ini juga memiliki filosofi yakni sebagai rasa “cinta sejati”, hal tersebut dikarenakan pisang raja sendiri dilambangkan sebagai rasa cinta sejati karena pohonnya hanya berbuah sekali selama hidupnya. Maksudnya adalah, manusia dalam membangun keluarga (Fayeldi et al., 2020; Permadi, 2017).

Penelitian ini dilakukan karena metode pemasaran menggunakan metode online saat ini memang cukup menjanjikan dan dapat meningkatkan perekonomian petani pisang serta masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah acuan untuk para petani menggunakan metode pemasaran yang lebih moderen dikalangan generasi muda.

B. METODE

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif (Tersiana, 2018). Peneliti mencari informasi didalam-dalamnya untuk mendapatkan informasi lebih jelas mengenai penelitian ini kepada para narasumber yang telah ditunjuk dengan menggunakan *key informan* sebagai tokoh kunci yang dijadikan acuan dalam mencari responden yang dirasa cukup memahami mengenai penelitian ini.

Metode pengambilan data dalam penelitian ini adalah dengan cara menggali informasi dari informan yang memahami tentang penelitian ini. Metode Analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode triangulasi sumber dan triangulasi tehnik. Hal ini bertujuan untuk melakukan cross check antara kebenaran teori yang ada dengan hasil dari penelitian yang tengah dilakukan dilapangan oleh peneliti.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan latar belakang melihat sulitnya perekonomian pasca Pandemi Covid-19 yang mana banyak masyarakat yang mengalami kesulitan perekonomian baik mulai dari adanya pengurangan tenaga kerja, mahalnya harga dipasaran oleh sebab itu perlu adanya perubahan yang dilakukan oleh masyarakat yang mana adalah dengan upaya memberikan sebuah keterampilan kepada para masyarakat untuk memulai wirausaha baru disesuaikan dengan komoditas yang ada disekitarnya. Di Kabupaten Tulungagung yang memiliki jumlah penduduk yang cukup banyak sehingga mengharuskan adanya peningkatan kesejahteraan perekonomian penduduk didaerah ini. Penulis dalam hal ini

memetakan beberapa kajian yang perlu diupayakan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Kabupaten Tulungagung.

1. Morfologi Pisang Raja (*Musa paradisiaca L.*)

Pisang adalah tanaman yang berasal dari daerah Asia Tenggara. Penyebaran tanaman pisang hampir diseluruh dunia merata meliputi daerah tropik dan subteropik. Di Indonesia pisang merupakan tanaman yang memiliki jumlah produksi cukup tinggi, karena 50% produksi pisang di wilayah Asia ada di Indonesia (Wijayanto 2016; Arif et al., 2020).

Tanaman pisang dapat tumbuh berkambang di dataran rendah pada ketinggian hingga 1000 mdpl. Pisang yang ditanaman pada tanah datar dengan ketinggian dibawah 500mdpl akan menghasilkan produktivitas pisang yang maksimal (Cahyono, 2002). Pertumbuhan pisang didukung dengan jenis tanag yang tidak berbatu maupun tergenang air, hal ini karena dapat mempengaruhi perkembangan akar yang dapat menurunkan produktivitas tanaman (Nirmala dkk, 2016).

Buah pisang bisa dikonsumsi sebagai buah, namun seiring berkembangn tehnologi dan minat masyarakat buah pisang diolah kembali menjadi produk yang lebih *marketable* yakni dalam bentuk keripik pisang aneka rasa, pisang nuget, pisang goreng, getuk, ledre, pisang panggang. Pisang Raja mentah bisa diolah menjadi pati, sirup glukosa, gapplek, tepung (Lie 2018; Laely et al., 2023).

Buah pisang selain salah satu jenis buah yang memiliki kandungan vitamin yang tinggi juga memiliki beberapa kandungan yang cukup baik dan dibutuhkan oleh tubuh manusia. Sehingga dengan mengkonsumsi buah dapat membantu memperlanjcar metabolisme dalam tubuh. Adapun komponen zat gizi yang terkandung didalam pisang/100 gram bahan adalah sebagai berikut sebagai berikut:

a. Komponen Zat Gizi Pisang/100 gram bahan

Kandungan gizi yang pada pisang tinggi, adapun kandungan zat gizi yang dimiliki buah pisang seperti tercantum dalam tabel dibawah ini (Dewata and Nizar 2019):

Tabel 1. Komponen Zat Gizi Pisang

Kandungan Gizi	Konsentrasi
Kalori	90 kkal
Karbohidrat	22,84 g
Gula	12,23 g
Serat	2,26 g
Lemak	0,33 g
Protein	1,09 g
Riboflavin (vit B2)	0,073 mg
Tiamin (vit B1)	0,031 mg
Asam Pantotenat (vit B5)	0,334 mg
Niasin (vit B2)	0,665 mg
Vitamin C	0,26 mg
Vitamin A	3 µg
Vitamin (vit B6)	0,367 mg
Folat (vit B9)	20 µg
Magnesium	27 mg
Seng	0,15 mg
Besi	5 mg
Kalsium	8,7 mg
Fosfor	22 mg
Potasium	358 mg

Sumber: Rismunandar (1986)

b. Klasifikasi Botani Buah Pisang

Tanaman pisang merupakan salah satu jenis tumbuhan yang memiliki ukuran cukup besar dan berdaun suku *Mussaceae*. Jenis tanaman pisang ini dapat dibudidakan didaerah tropis maupun subtropis (Kurniawan and Maharani 2016). Adapun klasifikasi botani buah pisang adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Klasifikasi Botani Buah Pisang

Tingkatan	Pisang Raja
Kerajaan	Plantae
Divisi	Magnoliophyt
Kelas	Liliopsida
Ordo	Musales
Famili	Musaceae
Genus	Musa
Spesies	<i>Musa paradisiaca</i> L.

Sumber: Lestari (2006)

2. Penambahan Nilai Produk (*Value Added*)

Value added adalah nilai ekonomi yang ditambahkan ke suatu produk atau jasa terkecil lebih berkuitas dan unggul sehingga pengusaha dapat meningkatkan pendapatannya. Penambahan nilai rasa, harga akan menjadi salah satu faktor daya saing penjualan dalam penjualan. *Value added* ini juga mampu membawa bisnis pada peluang pasar yang lebih besar dan peningkatan pelanggan yang lebih loyal. Namun penerapannya harus sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan konsumen (Widiastuti, Nurdjanah & Utomo 2020)

Manfaat *value added* dalam sebuah produk akan dapat merubah harga jual menjadi lebih tinggi, membuat produk terlihat lebih menonjol dan menciptakan efisiensi biaya untuk jangka panjang. Sebuah produk yang bernilai tinggi tentu akan memiliki harga yang tinggi pula. Harga yang tinggi ini akan memberi lebih banyak keuntungan bagi perusahaan apabila memang mampu menjual produk tersebut dalam jumlah yang banyak. Bertambahnya nilai suatu produk, baik dari segi kualitas, fungsi, maupun layanan akan membuat produk tersebut menjadi lebih unggul dan menonjol apabila dibanding produk dari kompetitor sejenis. Secara tidak langsung, hal ini akan membuat pelanggan lebih tertarik pada produk karena keunggulan dan keunikannya (Tukiman & Trisna, 2019).

Produk bernilai tinggi dapat membantu bisnis untuk membuat peluang pasar dan bahkan menguasai pasar lewat keunggulan serta keunikannya. Ketika upaya penamabhan nilai berhasil, hal tersebut juga akan menciptakan pelanggan yang royal. Penambahan nilai dari suatu produk ini mulai diterapkan ke beberapa komoditas bidang pertanian, salah satunya adalah pada buah pisang raja yang mana dengan cara melakukan pengolahan ulang pada buah pisang tersebut.

Dari hasil pengolahan buah pisang tersebut perlu sentuhan metode pemasaran yang lebih moderen karena hal tersebut banyak diminati oleh konsumen saat ini karena selain efektif dan efisien mereka tidak perlu membeli produk kelokasi pembuatan atau membeli secara langsung ke lapak. Metode online ini sangat diminati oleh kaum milenial.

Usaha ini menjadi salah satu kegiatan yang potensial dikembangkan karena dukungan ketersediaan bahan baku di lokasi, kemudahan dalam proses produksi dan adanya potensi pasar. Selain itu, pengolahan kelanting merupakan kegiatan potensial yang baik untuk dikembangkan karena dapat meningkatkan pendapatan atau keuntungan bagi petani atau pelaku usaha (Aprilia, 2019; Siburian, 2018; Puspitasari & Widiyanto, 2015).

Pelaku usaha olahan pisang biasanya digawangi oleh ibu-ibu rumah tangga pada kelompok-kelompok tertentu disuatu daerah. Kondisi peralihan dan pergolakan ekonomi membuat perempuan yang awalnya sebagai ibu rumah tangga sekarang ini harus ikut serta dalam usaha mencari nafkah. Peran perempuan menjadi bergeser yang dulunya hanya sebagi

ibu rumah tangga sekarang memiliki peran ganda. Peran tersebut beralih seiring dengan perubahan pola peran yang harus dilakukan dikarenakan tuntutan pemenuhan perekonomian dalam keluarga. Penurunan tingkat pendapatan petani, rendahnya harga pasar dari pisang tanduk membuat petani harus lebih jeli dalam melakukan pemasaran.

Pisang nuget memiliki proses pembuatan yang tidak sulit. Adapaun bahan yang digunakan dalam pembuatan pisang nuget adalah, buah pisang raja, tepung terigu, tepung panir. Dalam proses pembuatannya pun juga tidak memakan waktu yang lama ketika adonan sudah siap digoreng kemudian disajikan dengan menggunakan topping rasa sesuai keinginan konsumen. Pengolahan pisang menjadi produk baru merupakan salah satu *value added* yang dapat meningkatkan nilai ekonomi dari sebuah produk (Hidayati et al., 2021)

3. Metode Pemasaran Menggunakan Media Online

Pemasaran adalah sebuah proses perencanaan serta implementasi dari konsep, pricing, promosi dan distribusi (ide, produk maupun jasa), sehingga dapat diciptakan pertukaran agar bisa memuaskan kebutuhan konsumen.

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi menjadi sebuah tolak ukur dalam perkembangan sebuah negara, yang mana apabila negara tersebut sudah berkembang lebih maju negara tersebut akan memiliki masyarakat yang dapat diartikan cakap digital. Salah satu metode pemasaran yang berbasis pada perkembangan IPTEK adalah dengan merubah pola pemasaran yang masih konvensional menjadi moderen.

Perkembangan metode itu dapat dilihat dari perkembangan pasar digital di era saat ini, sudah banyak wirausaha muda yang berkecimpung di dunia usaha menggunakan metode pemasaran baru yang lebih efektif dan efisien. Hal tersebut dirasa karena dengan menggunakan media online kita tidak perlu memasarkan hasil produksi kita ke pasar, cukup dengan beriklan di media sosial seperti *market place*, Facebook, Instagram, Grab Food dan lain sebagainya.

Dari responden yang telah diwawancarai secara mendalam banyak menggunakan metode online sebagai metode mereka dalam menjual hasil barang produksinya. Produk olahan pisang raja menjadi nuget pisang ini merupakan terobosan baru karena memiliki kunikan rasa, bentuk dan tampilan sehingga konsumen khususnya kalangan muda menjadi lebih tertarik. Minat akan pisang nuget ini dapat diketahui dari jumlah pesanan pisang nuget yang semakin meningkat.

Penggunaan metode pemasaran secara online mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembeli sebuah produk. Pemasaran online melalui media internet merupakan salah satu upaya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang dapat mempermudah konsumen untuk bisa dapat menikmati produk yang diinginkan. Proses pencatuman iklan dapat mempengaruhi secara langsung konsumen untuk melihat produk tersebut secara langsung dan memberikan banyak sekali kemudahan. Pemasaran merupakan salah satu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dalam mendapatkan apa saja yang akan diperlukan dengan menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Wandanya, 2012).

Keuntungan dilihat dari sisi pembeli atau konsumen metode online sebagai salah satu sistem pemasaran adalah: a) Efisiensi waktu, dengan menggunakan metode online dapat mempersingkat waktu; b) Efektif karena konsumen lebih mudah dalam mencari produk yang diinginkan; c) Pembeli tidak perlu ke lapak untuk membeli produk yang diinginkan; d) Memberikan rasa aman kepada konsumen; dan e) Memberi akses ke banyak informasi.

Keuntungan dari sisi penjual atau produsen dengan menggunakan metode online adalah: a) Sebagai alat komunikasi antara penjual dan pembeli/ konsumen; b) Mempermudah konsumen dan penjual dalam berkomunikasi; c) Biaya relatif murah dan meningkatkan kecepatan serta efisiensi; d) Fleksibel; e) Penjual tidak perlu memproduksi dalam jumlah yang banyak yang hal tersebut dapat mengurangi resiko; f) Penjual hanya produksi sesuai dengan pesanan;

g) Penjual tidak perlu menyewa untuk mereka berjualan; h) Meningkatkan jumlah pemesanan karena konsumen merasa dimudahkan dalam membeli sebuah produk.

Perkembangan Ilmu dan Pengetahuan yang diterapkan dalam metode pemasaran harapannya dapat dilakukan oleh seluruh wirausaha yang saat ini dituntut itu harus *melek digital* sehingga tidak lagi tertinggal oleh kompetitor lainnya dan mampu memiliki pangsa pasar yang lebih luas (Mufida, n.d.)

Metode yang dapat dilakukan dalam memberikan penjual dalam menawarkan produk supaya mampu mengundang pelanggan secara online, adapun cara yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. *Product Knowledge*, penjual diharuskan untuk mengetahui mengenai produk yang mereka jual, spesifikasi serta manfaat dari produk tersebut.
- b. Target Konsumen, penjual harus melihat terlebih dahulu siapa calon pembeli yang akan membeli produk tersebut karena hal tersebut dapat menentukan segmen pasar dari produknya.
- c. Gaya bahasa yang menarik, pada proses pengiklanan ini perlu dibuat sebuah gaya bahasa yang menarik agar supaya pembeli memiliki rasa penasaran.
- d. Deskripsi lengkap, penulisan deskripsi yang jelas dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam memberikan informasi mengenai produk tersebut.
- e. Penambahan video, pembuatan video untuk produk dapat memberikan kesan menarik untuk konsumen melihat produk tersebut.
- f. Promosi yang menarik, iklan merupakan sesuatu yang sangat perlu untuk dibuat semenarik mungkin untuk bisa diterima oleh konsumen.

D. KESIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi membawa para wirausaha untuk dapat merubah pola pemasaran mejadi lebih moderen dengan menggunakan *market place*, Instagram, *grab food*. Keuntungan dari penggunaan media sosial adalah lebih efektif dan efisien bagi konsumen dan pedagang. Dari penelitian yang telah dilakukan harapannya adalah mampu memberikan stimulan kepada wirausaha untuk menggunakan metode pemasaran yang lebih moderen melalui media *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, S., Aalin, E. R., & Jainudin, M. (2020). Pemanfaatan Teknologi Pencetak Getuk Pisang Otomatis dan Pelatihan Manajemen Wirausaha untuk Meningkatkan Omset Pelaku Usaha Getuk Pisang Raja Nangka Kediri. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 4(1), 108-118.
- Candra, Y., Sari, D. P., & Ismail, W. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sale Pisang Purwobakti Muaro Bungo. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 122-138.
- Ekasari, N., & Roza, S. (2018). Pelatihan Dasar-Dasar Manajemen pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Keripik Pisang Dharma Jaya untuk Meningkatkan Kinerja Usaha. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 2(1), 31-36.
- Fayeldi, T., Pranyata, Y. I. P., & Dinnullah, R. N. I. (2020). Pembinaan Ekonomi Mandiri bagi UKM Keripik Pisang Melalui Peningkatan Produksi dan Manajemen Pemasaran. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(3), 93-102.
- Hidayati, S. A., Wahyulina, S., Suryani, E., & Oktariyani, G. A. S. (2021). Peningkatan Nilai Ekonomi Hasil Perkebunan (Pisang) menjadi Produk Olahan (Permen Jelly) untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Kotaraja Kecamatan Sikur Lombok Timur. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 2(1), 57-68.

- Kurniawan, H. (2020). *Pengaruh Penambahan Jamur Tiram Putih terhadap Karakteristik Fisikokimia dan Tingkat Penerimaan Organoleptik Nugget Jantung Pisang* (Doctoral Dissertation, Unika Soegijapranata Semarang).
- Laely, N., Nursamsu, N., Putri, S. D., & Rahman, A. W. (2023). Pemberdayaan Home Industry melalui Kegiatan Pelatihan Manajemen Usaha Produksi Keripik Pisang Desa Tawangrejo. *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset kepada Masyarakat*, 3(2), 137-140.
- Lie, V. (2018). *Kualitas Selai Lembaran dengan Kombinasi Daging Buah Pisang Raja (Musa paradisiaca L.) dan Albedo Pisang Raja (Musa paradisiaca L.)* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Marpaung, D. Y. R. (2022). *Produksi dan Pemasaran Sus Kering Substitusi Pisang Raja* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Jember).
- Maulida, Y. A., & Habiburrahman, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang di Era Pandemi Covid-19 (Studi pada UMKM Keripik Sumber Rezeki). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 303-314.
- Noordia, A., Nurita, T., & Dewi, R. C. (2016). Pengembangan Sumber Daya Pisang di Lidah Kulon Lakarsantri Sebagai Minuman, Nata Limbah Kulit Pisang dan Kerajinan Pelepah Pisang untuk Perluasan Kesempatan Usaha. *Buku-3*, 17.
- Permadi, R. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok di Kabupaten Seruyan. *UNES Journal of Agricultural Sciences*, 1(1), 120-128.
- Putri, A. Z., Nusron, L. A., & Pramudiati, N. (2019). Pengelolaan Keuangan dan Manajemen Pemasaran bagi UMKM Kripik Pisang dan Ketela di Jepara. *Abdimas Nusantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 9-17.
- Rahmah, P. (2019). Prospek Pemasaran Pisang di Kecamatan Lilirilau Kabupaten Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi" Manajemen dan Akuntansi"*, 2(2), 23-30.
- Setiyoko, A., & Astuti, T. D. (2019). Pengembangan dan Diversifikasi Olahan Pisang Raja Bandung Sebagai Kuliner Unggulan. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 6(3), 138-142.
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Anak Hebat Indonesia.
- Tukiman, T., & Trisna, A. Y. (2019). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani dalam Usaha Pembuatan Abon dengan Bahan Dasar Dari Jantung Pisang di Desa Dompnyong Kecamatan Bendungan Kabupaten Trenggalek. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 4(1), 38-47.
- Vahlia, I., & Lelawati, N. (2019). Pelatihan E-Commerce dan Manajemen Keuangan sebagai Langkah Meningkatkan Pendapatan pada Keripik Pisang Arjuna. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4. b), 509-518.
- Wandanaya, A. B. (2012). Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 5(2), 174-185.
- Widayanto, W. (2022). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan melalui Sikap Penggunaan Teknologi Informasi (Studi pada Anggota Kelompok Tani Pisang Tanduk Desa Kajar Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus Desa Mitra Badan Eksekutif. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 11559-11574.
- Widiastuti, T., & Nurdjanah, S. (2020). Nilai Tambah Pengolahan Ubi Kayu (*Manihot esculenta Crantz*) menjadi Kelanting Sebagai Snack Lokal. *Jurnal Agroteknologi*, 14(1), 58-68.
- Yollanda, D., Nasra, E., Dewata, D. K. I., & Nizar, U. K. (2019). Pengaruh Ion Cu²⁺, Zn²⁺, Cd²⁺ dan Cr³⁺ terhadap Peyerapan Logam Pb²⁺ menggunakan Kulit Pisang Kepok (*Musa Paradisiaca L*) sebagai Biosorben. *Menara Ilmu*, 13(2).