



STRATEGI PEMASARAN ABON JANTUNG PISANG DALAM UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DESA LOMBONG TIMUR

Marketing Strategy for Shredded Banana Hearts in an Effort to Increase the Income of the East Lombong Village Community

**Indriani^{1*}, Halimah Tussadia¹, Abdul Halim¹, A. Muh. Ayyub Ht¹, Abd. Fajar¹,
Sadly Ashari Said¹, Muhammad Ardiansyah², Khusnul Khatimah Hasrun²,
Jeffriansyah Dwisahputra Amori³, Kurnia⁴**

¹Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Mamuju, ²Prodi Manajemen Sumber Daya Perairan Universitas Muhammadiyah Mamuju, ³Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Mamuju, ⁴Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Mamuju

Jl. Patalundru No. 8 Mamuju Sulawesi Barat

*Alamat Korespondensi : indriani@unimaju.ac.id

(Tanggal Submission: 21 April 2025, Tanggal Accepted : 10 Juni 2025)



Kata Kunci :

Strategi, Abon, Jantung Pisang, Lombong

Abstrak :

Salah satu hasil pertanian yang banyak ditemukan di Desa Lombong Timur adalah pisang. Selama ini, pisang umumnya lebih sering dimakan langsung atau hanya diolah menjadi camilan sederhana seperti keripik. Namun, sebenarnya ada potensi besar untuk memproses pisang menjadi produk turunan yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Salah satu olahan abon jantung pisang adalah produk makanan yang terbuat dari jantung pisang yang telah dikeringkan dan diberi campuran bumbu rempah. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Lombong Timur dengan memanfaatkan strategi pemasaran produk abon jantung pisang. Memberikan edukasi kepada masyarakat dalam pengelolaan abon jantung pisang dengan baik. Pemilihan abon jantung pisang didasari oleh adanya sumber daya lokal yang kaya namun belum dimanfaatkan secara maksimal dalam aspek komersial. Program ini mencakup pelatihan dalam pembuatan abon jantung pisang dengan kualitas tinggi, pengembangan packaging yang menarik serta informatif, dan penerapan strategi pemasaran yang efektif, termasuk dalam ranah digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan dalam kualitas produk abon jantung pisang, peningkatan pengetahuan serta keterampilan masyarakat dalam hal pemasaran, dan juga peningkatan pendapatan masyarakat Desa Lombong Timur setelah penerapan strategi yang diajarkan. Selain itu, penting



untuk menjamin ketersediaan jantung pisang yang memenuhi standar kualitas dan konsistensi. Hal ini dapat dilakukan melalui kemitraan dengan petani lokal untuk memastikan penanaman jantung pisang yang berkelanjutan dan berkualitas tinggi. Kegiatan pengabdian masyarakat yang fokus pada pengembangan strategi pemasaran abon jantung pisang di Desa Lombong Timur telah menunjukkan kemajuan yang nyata. Program ini telah berhasil dalam meningkatkan mutu produk abon jantung pisang melalui standarisasi proses produksinya dan inovasi dalam rasa.

Key word :

Strategy, Abon, Banana Heart, Lombong

Abstract :

One of the many agricultural products found in Lombong Timur Village is bananas. During this time, bananas are generally more often eaten directly or only processed into simple snacks such as chips. However, there is actually great potential to process bananas into derivative products that have higher added value. Shredded banana heart is a food product made from banana heart that has been dried and mixed with spices. This activity aims to improve the welfare of the community in Lombong Timur Village by utilizing a marketing strategy for shredded banana heart products. Provide education to the community in the proper management of shredded banana heart. The selection of shredded banana heart is based on the existence of a rich local resource that has not been maximally utilized in the commercial aspect. The program includes training in the production of high quality shredded banana heart, the development of attractive and informative packaging, and the implementation of effective marketing strategies, including in the digital realm. The results of this program showed an improvement in the quality of the shredded banana heart product, an increase in the community's knowledge and skills in marketing, and an increase in the income of the Lombong Timur Village community after the implementation of the strategies taught. Moreover, it is essential to ensure the availability of banana blossoms that meet quality and consistency standards. This can be achieved through partnerships with local farmers to support the sustainable cultivation of high-quality banana blossoms. The community service program focusing on the development of marketing strategies for shredded banana blossom products in Lombong Timur Village has shown significant progress. The program has successfully improved product quality through the standardization of production processes and innovations in flavor..

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Indriani, I., Tussadia, H., Halim, A., Ht, A. M. A., Fajar, A., Said, S. A., Ardiansyah, M., Hasrun, K. K., Amori, J. D., & Kurnia, K. (2025). Strategi Pemasaran Abon Jantung Pisang Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Lombong Timur. *Jurnal Abdi Insani*, 12(6),2728-2735. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i6.2353>

PENDAHULUAN

Dedikasi terhadap masyarakat adalah langkah krusial untuk meningkatkan kesejahteraan warga, khususnya di Desa Lombong Timur. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah mengolah jantung pisang menjadi abon. Langkah ini tidak hanya memberikan nilai lebih pada hasil pertanian tetapi juga membuka peluang usaha baru bagi penduduk setempat. Dengan adanya program ini, diharapkan pendapatan masyarakat dapat mengalami peningkatan yang signifikan,



sekaligus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah bahan pangan lokal (Carmichael et al., 2023) .

Desa Lombong Timur memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, di antaranya adalah pisang. Sayangnya, pemanfaatan pisang sering kali hanya terbatas untuk konsumsi langsung, yang berarti dampak ekonominya bagi penduduk belum maksimal (Sadimantara & Leomo, 2020a). Untuk itu, program kepada masyarakat ini akan difokuskan pada pengembangan produk olahan pisang, terutama abon dari jantung pisang, sebagai langkah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Lombong Timur. Abon jantung pisang diambil sebagai pilihan karena memiliki prospek pasar yang cukup besar dan proses pembuatannya yang relatif mudah, sehingga bisa dipelajari dan diterapkan oleh warga desa (Lindha Sri Kusumawati & Rahma Kusuma Dewi, 2022).

Salah satu hasil pertanian yang banyak ditemukan di Desa Lombong Timur adalah pisang. Selama ini, pisang umumnya lebih sering dimakan langsung atau hanya diolah menjadi camilan sederhana seperti keripik (Fifiningrum et al., 2022). Namun, sebenarnya ada potensi besar untuk memproses pisang menjadi produk turunan yang memiliki nilai tambah lebih tinggi (Rincón-Catalán et al., 2022). Dengan mengolah pisang menjadi produk yang lebih tahan lama dan bersaing di pasar, hal ini dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan mereka. Salah satu produk olahan pisang yang menjanjikan adalah abon dari jantung pisang (Sadimantara & Leomo, 2020b).

Abon jantung pisang adalah produk makanan yang terbuat dari jantung pisang yang telah dikeringkan dan diberi campuran bumbu rempah (Fitrah Ramadani & Andi Satriana, 2022). Produk ini menawarkan berbagai kelebihan, seperti tekstur yang renyah dan rasa yang gurih, serta cita rasa yang khas dan menggugah selera, di samping umur simpan yang cukup panjang. Kelebihan-kelebihan ini memberikan abon jantung pisang peluang pasar yang cukup luas, baik di skala lokal maupun regional. Peluang pasar ini bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Lombong Timur.

Namun, proses pemasaran abon jantung pisang dihadapkan pada beberapa rintangan penting. Pertama, hambatan terdapat pada penerimaan konsumen yang dipengaruhi oleh minimnya pengetahuan mereka tentang jantung pisang sebagai bahan makanan yang dapat diolah, yang menciptakan kekhawatiran seputar cita rasa dan nilai gizi yang ditawarkan. Kedua, menjaga konsistensi kualitas produk serta memastikan pasokan bahan baku secara berkelanjutan menjadi isu krusial dalam tahap produksi. Ketiga, untuk mencapai distribusi yang efisien, termasuk akses ke jaringan retail modern, diperlukan penerapan strategi pemasaran yang kokoh serta pengeluaran yang cukup besar. Oleh karena itu, keberhasilan dalam memasarkan abon jantung pisang sangat dipengaruhi oleh upaya edukasi terus-menerus kepada konsumen, inovasi dalam pengembangan produk, serta penjalinan kemitraan strategis di seluruh rantai pasokan. Menciptakan abon jantung pisang sebagai komoditas unggulan dari Desa Lombong Timur bukanlah suatu hal yang sederhana. Ada sejumlah tantangan yang harus dihadapi. Penting bagi masyarakat untuk mendapatkan pelatihan dan bimbingan agar mereka dapat menghasilkan abon jantung pisang yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga higienis. Pelatihan ini seharusnya mencakup semua langkah dalam proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengolahan dan pengemasan. Selain itu, peningkatan keterampilan dalam manajemen usaha sangat penting agar produksi abon jantung pisang dapat berlangsung dengan efisien dan berkelanjutan. Diperlukan dukungan finansial serta bantuan teknologi untuk mempermudah proses produksi dan meningkatkan mutu produk. Akses ke teknologi pengolahan yang modern dan efisien akan berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan kapasitas produksi abon jantung pisang. Sumber daya modal juga sangat dibutuhkan untuk memenuhi keperluan operasional usaha, termasuk pengadaan bahan baku, alat produksi, dan pemasaran produk (Balqis et al., 2022).

Perlu adanya perencanaan yang strategis dalam pemasaran produk abon jantung pisang agar dapat mencapai khalayak yang lebih luas. Ini mencakup penggunaan teknik pemasaran yang tidak hanya efektif tetapi juga efisien, serta pengembangan sistem distribusi yang dapat diandalkan



(Ramdani et al., 2023). Maksimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pemasaran, termasuk melalui penggunaan platform digital, sangat diperlukan. Keberadaan produk serupa di pasaran menuntut penerapan pendekatan pemasaran yang kreatif dan kompetitif. Pemilihan taktik pemasaran yang sesuai akan sangat berpengaruh pada keberhasilan produk abon jantung pisang agar dapat memasuki pasar dan diterima oleh para konsumen. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan strategi diferensiasi produk, seperti pengembangan inovasi rasa dan pengepakan (Ardiansyah et al., 2025).

Melalui pelaksanaan program yang direncanakan dengan baik dan terstruktur ini, diharapkan abon dari jantung pisang dapat menjadi produk unggulan Desa Lombong Timur. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja baru, serta memperbaiki kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, program ini diharapkan juga dapat menjadi contoh bagi pemberdayaan masyarakat yang memanfaatkan potensi lokal yang bisa diterapkan di desa-desa lain di Indonesia. Pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan adalah faktor penting dalam menciptakan kesejahteraan dan kemajuan bagi bangsa. Oleh sebab itu, keberhasilan program ini sangat krusial untuk memberikan dampak signifikan dalam pengembangan ekonomi pedesaan di Indonesia (Setiawati, 2022).

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Sabtu , 31 Agustus 2024. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema penyuluhan Strategi Pemasaran Abong Jantung Pisang Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Lombong Timur. Strategi pemasaran abon jantung pisang di Desa Lombong Timur, Kecamatan Majene Kabupaten Majene, Sulawesi Barat, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) melibatkan mahasiswa, masyarakat, pemerintah desa. Dilakukan dengan beberapa fase yang mengedepankan pendekatan yang partisipatif dan berkelanjutan. Berikut adalah penjelasannya.

Tahap 1. Pengkajian dan Pemetaan (Assessment & Mapping)

Pendekatan yang digunakan dalam tahap ini meliputi studi literatur, observasi lapangan, serta wawancara terstruktur dan tidak terstruktur dengan para produsen abon jantung pisang, pedagang, dan calon konsumen di Desa Lombong Timur dan sekitarnya (Safa'atillah et al., 2022). Selain itu, dilakukan analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) untuk mengevaluasi posisi strategis produk abon jantung pisang lokal. Survei pasar juga dilaksanakan untuk memahami preferensi konsumen, harga yang ditetapkan oleh pesaing, serta saluran distribusi yang tersedia (Damayanti et al., 2023). Hasil dari kegiatan ini adalah diperolehnya gambaran menyeluruh mengenai usaha abon jantung pisang di Desa Lombong Timur, termasuk identifikasi permasalahan pemasaran seperti kurang menariknya kemasan, minimnya promosi, dan terbatasnya distribusi. Selain itu, ditemukan pula potensi pasar serta strategi pemasaran yang tepat untuk pengembangan usaha ini, yang diperkuat dengan hasil analisis SWOT yang komprehensif (Zainuri & Budi Setiadi, 2023).

Tahap 2: Pelatihan dan Pembinaan (Training & Development)

Metode yang digunakan dalam tahap ini mencakup pelatihan yang mengintegrasikan aspek praktis dan teoritis mengenai strategi pemasaran kontemporer. Komponen utama pelatihan meliputi: branding dan pengemasan, yang berfokus pada pengembangan desain kemasan yang menarik dan informatif, serta penciptaan identitas merek berupa nama produk, logo, dan tagline (Chen, 2022); promosi dan periklanan, yang mencakup penyusunan rencana promosi yang efektif dan efisien melalui media sosial, pasar tradisional, dan acara lokal, serta pembuatan brosur dan materi promosi lainnya; strategi penentuan harga, yang melibatkan studi biaya produksi dan penetapan harga jual yang kompetitif dan menguntungkan; distribusi dan penjualan, yang mencakup pembentukan jaringan distribusi melalui e-commerce dan kemitraan dengan toko atau warung, serta penerapan pendekatan



penjualan yang efektif; manajemen keuangan, termasuk pengelolaan keuangan usaha yang efisien, pencatatan transaksi, dan perencanaan keuangan yang matang; kualitas produk, dengan penekanan pada peningkatan rasa dan konsistensi abon jantung pisang; serta higiene dan keamanan pangan, melalui pelatihan mengenai kebersihan dan keselamatan pangan untuk memenuhi standar yang ditetapkan. Output dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan dan keterampilan produsen abon jantung pisang dalam bidang pemasaran serta manajemen usaha, serta tersedianya bahan promosi dan kemasan yang lebih menarik.

Tahap 3: Implementasi dan Pendampingan (Implementation & Mentoring)

Metode yang diterapkan dalam tahap ini adalah dengan memberikan dukungan intensif kepada kelompok penghasil abon dari jantung pisang untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang telah dipelajari sebelumnya. Kegiatan ini disertai dengan pengawasan dan penilaian rutin terhadap perkembangan usaha, serta fasilitasi akses terhadap sumber permodalan melalui lembaga keuangan mikro apabila diperlukan. Selain itu, tim juga menyediakan bantuan dalam menjalin kerja sama dengan pihak luar seperti distributor dan pengecer. Output dari tahap ini adalah meningkatnya penjualan dan pendapatan para produsen abon jantung pisang, serta terbentuknya kelompok usaha yang kuat dan berkelanjutan. Pada tahap evaluasi dan pelaporan, pendekatan yang digunakan mencakup pengkajian terhadap dampak program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) terhadap peningkatan pendapatan warga Desa Lombang Timur. Pengumpulan data dilakukan secara kuantitatif, seperti peningkatan pendapatan dan total penjualan, serta secara kualitatif melalui pandangan produsen dan tingkat kepuasan konsumen. Hasil dari tahap ini adalah tersusunnya laporan akhir yang merangkum seluruh temuan, analisis, serta rekomendasi untuk pengembangan usaha abon jantung pisang di Desa Lombang Timur

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil survei awal menunjukkan bahwa produsen abon jantung pisang mengalami pendapatan yang rendah disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dalam bidang pemasaran, desain kemasan yang tidak menarik, serta akses pasar yang terbatas. Melalui analisis SWOT, terungkap bahwa kekuatan terletak pada cita rasa abon yang khas dan ketersediaan bahan baku yang melimpah. Di sisi lain, kelemahannya mencakup penggunaan metode pemasaran yang konvensional, kualitas kemasan yang tidak memadai, dan kurangnya pengenalan merek. Ada banyak peluang di pasar, terutama dengan adanya potensi pariwisata di Mamuju dan meningkatnya permintaan terhadap abon. Namun, terdapat juga ancaman berupa persaingan dari produk abon lainnya serta perubahan harga bahan baku yang tidak stabil. Adapun pembukaan dalam kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan PKM

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memajukan pendapatan warga Desa Lombong Timur dengan cara mengembangkan serta memasarkan abon dari jantung pisang. Inisiatif ini mengutamakan perbaikan mutu produk, merumuskan strategi pemasaran, dan memberikan pelatihan kewirausahaan kepada masyarakat setempat. Pemilihan Desa Lombong Timur didasari oleh kekayaan sumber daya alam yang ada, terutama tanaman pisang, serta perlunya peningkatan ekonomi bagi penduduknya. Abon jantung pisang yang dihasilkan sebelumnya menunjukkan variasi kualitas yang signifikan, dengan rasa yang tidak konsisten, serta kemasan yang terkesan sederhana (Putri *et al.*, 2022). Situasi ini berujung pada rendahnya daya saing produk di pasar. Setelah dilaksanakan program pengabdian Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan dalam kualitas abon jantung pisang. Peningkatan ini mencakup penerapan standar operasional prosedur (SOP) yang mencakup pemilihan bahan baku, proses pengolahan, hingga pengemasan. Hasilnya adalah produk dengan kualitas yang lebih homogen dan terjamin. Selain itu, beberapa varian rasa abon jantung pisang diperkenalkan, seperti rasa original, pedas, dan manis, untuk memperluas jangkauan pasar. Pelatihan juga diberikan untuk desain kemasan yang lebih menarik dan informatif, yang berkontribusi pada peningkatan daya tarik produk di pasar. Adapun pembuatan abon jantung pisang dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Pembuatan Abon Jantung Pisang

Pemasaran abon yang terbuat dari jantung pisang dilaksanakan dengan cara tradisional, melalui penjualan langsung di tingkat desa. Dengan demikian, jangkauan pasar yang dimiliki cukup terbatas, dan pendapatan yang dihasilkan pun tidak signifikan. Pelatihan dilakukan untuk memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta marketplace online seperti Shopee dan Tokopedia guna memasarkan produk. Berikan edukasi kepada masyarakat bagaimana cara memanfaatkan media sosial dalam promosi serta menunjukkan kepada masyarakat cara upload dan penawaran yang menarik. Penciptaan logo dengan menggunakan aplikasi canva dan nama merek bertujuan untuk meningkatkan citra produk. Selain itu, analisis harga pasar dilakukan untuk menetapkan harga jual yang bersaing namun tetap menguntungkan. Dukungan juga diberikan dalam mencari serta menjalin kerjasama dengan agen atau distributor agar jaringan pemasaran dapat diperluas. Program pelatihan mengenai manajemen keuangan, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran dilaksanakan untuk kelompok usaha yang bergerak di bidang abon jantung pisang. Inisiatif ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas serta keterampilan wirausaha masyarakat.

Pengabdian ini memberikan dampak yang baik bagi peningkatan pendapatan warga Desa Lombong Timur. Kualitas produk abon jantung pisang yang lebih baik telah memperkuat daya saing dan diterima dengan baik di pasar. Penerapan strategi pemasaran yang inovatif telah memperluas pangsa pasar dan menambah jumlah penjualan. Pelatihan yang fokus pada kewirausahaan

memberikan pengetahuan yang berharga bagi masyarakat untuk menjalankan usaha dengan cara yang profesional dan berkelanjutan. Rata-rata pendapatan untuk setiap kelompok usaha mengalami kenaikan setelah peserta mengikuti program pengabdian ini. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya dana untuk membeli bahan baku serta peralatan. Sebagai solusi, disarankan untuk mencari sumber pendanaan dari lembaga keuangan mikro.

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan pendapatan warga Desa Lombong Timur melalui pengembangan dan pemasaran abon dari jantung pisang dengan melihat beberapa perkembangan masyarakat memulai produksi abon jantung pisang dan memasarkan ke toko maupun ke pasar. Namun, agar program ini dapat berlanjut, perlu adanya dukungan yang berkesinambungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, organisasi non-pemerintah, dan sektor swasta. Rekomendasi untuk keberlanjutan program ini mencakup: penyediaan akses pembiayaan, pelatihan lanjutan, dan inovasi produk secara berkelanjutan. Adapun foto bersama dalam kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 3 dibawah ini.



Gambar 3. Foto Bersama Masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam program pengabdian masyarakat ini. Keberhasilan dalam mengembangkan pemasaran abon jantung pisang di Desa Lombong Timur tidak dapat dipisahkan dari kerjasama dan dukungan luar biasa dari Pemerintah Desa, kelompok usaha, Mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Mamuju, serta seluruh warga Desa Lombong Timur. Kami berharap bahwa hasil dari inisiatif ini dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan mendukung kemajuan desa tercinta kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, M., Asri, H., Indriani, I., Said, S. A., & Ht, A. M. A. (2025). Counseling on processing and marketing strategies for agricultural, livestock and fishery products to increase household income. *Lebah*, 18(2), 118–126. <https://doi.org/10.35335/lebah.v18i2.281>
jurnal.fp.unila.ac.id+8plus62.isha.or.id+8plus62.isha.or.id+8
- Balqis, N. R., Haryono, D., & Nugraha, A. (2022). Analisis kinerja produksi, harga pokok penjualan dan strategi operasional agroindustri: Studi kasus agroindustri keripik pisang Panda Alami di Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 10(1), 35–43. <https://doi.org/10.23960/jiia.v10i1.5647>
jurnal.uns.ac.id+10scispace.com+10jurnal.fp.unila.ac.id+10
- Carmichael, C., Loup, S., Stracener, J., & Champagne, C. (2023). Enhancing culinary skills to increase

- acceptability of local foods. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 55(7), 115. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2023.05.243>
- Chen, Z. (2022). Replacing training with competition—Exploration and practice of packaging design teaching mode. *Journal of Education and Educational Research*, 1(1), 103–105. <https://doi.org/10.54097/JEER.V1I1.2667>
- Damayanti, A., Karsiningsih, E., & Muntoro, M. (2023). Analysis of attitude and consumer preferences to purchase decisions of banana fruit in traditional markets Pangkalpinang City. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis)*, 8(1), 65–72. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i1.428>
- Fifiningrum, F., Wirdha, W., Widya Ningsih, S., & Kumara, D. C. (2022). Rancang bangun alat perajang singkong dan pisang dengan motor pendorong. *Foristek*, 13(2), 102–109. <https://doi.org/10.54757/FS.V13I2.150>
- Fitrah Ramadani, & Satriana, A. (2022). The effectiveness of giving banana heart to adequate breast milk in babies less than 6 months in terms of weight gain. *International Journal of Public Health Excellence*, 2(1), 248–252. <https://doi.org/10.55299/IJPHE.V2I1.190>
- Kusumawati, L. S., & Dewi, R. K. (2022). Effect of banana pupace heart (*Musa paradisiaca*) consumption on the smoothness of breast milk in puerperal mothers. *Journal for Quality in Public Health*, 5(2), 522–525. <https://doi.org/10.30994/JQPH.V5I2.350>
- Putri, M., Mail, A., & Rauf, N. (2022). Analysis of coffee product packaging development based on consumer preferences using the Quality Function Deployment (QFD) method of Budi UMKM in Luwu Regency. *Journal of Sustainability Industrial Engineering and Management System*, 1(1), 14–22. <https://doi.org/10.56953/JSIEMS.V1I1.11>
- Ramdani, D., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2023). Strategi pengembangan dan perluasan wilayah pasar petani pisang uli (*Musa paradisiaca sapientum*). *Jurnal Agribisains*, 9(1), 77–87. <https://doi.org/10.30997/JAGI.V9I1.8246>
- Rincón Catalán, N. I., Cruz Salomón, A., Sebastian, P. J., Pérez Fabiel, S., Hernández Cruz, M. D. C., Sánchez Albores, R. M., Hernández Méndez, J. M. E., Domínguez Espinosa, M. E., Esquinca Avilés, H. A., Ríos Valdovinos, E. I., & Nájera Aguilar, H. A. (2022). Banana waste-to-energy valorization by microbial fuel cell coupled with anaerobic digestion. *Processes*, 10(8), 1552. <https://doi.org/10.3390/pr10081552>
- Sadimantara, G. R., & Leomo, S. (2020a). Peningkatan kapasitas usaha pada PKM usaha olahan pisang di Kabupaten Bombana. *Jurnal Siar Ilmuwan Tani*, 1(1), 22–27. <https://doi.org/10.29303/JSIT.V1I1.7>
- Sadimantara, G. R., & Leomo, S. (2020b). Peningkatan kapasitas usaha pada PKM usaha olahan pisang di Kabupaten Bombana [Erratum]. *Jurnal Siar Ilmuwan Tani*, 1(1), 22–27. <https://doi.org/10.29303/JSIT.V1I1.7>
- Safa'atillah, N., Rokhmatillah, U., Rohmah, H., & Anggraeni, M. (2022). Peningkatan perekonomian masyarakat dalam perspektif Al Qur'an: Kreativitas kerajinan pelepah pisang sebagai upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Trepan Babat Lamongan. *J MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(1), 314. <https://doi.org/10.33087/JMAS.V7I1.376>
- Setiawati, T. (2022). Efektivitas dan dampak program Desa Tani dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Cibodas, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 2(1), 138–145. <https://doi.org/10.29313/BCSES.V2I1.2204>
- Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). Tinjauan literatur sistematis: Analisis SWOT dalam manajemen keuangan perusahaan. *Jurnal MANEKSI*, 12(1), 22–28. <https://doi.org/10.31959/JM.V12I1.1364>

