

**PELATIHAN USAHA PRODUKSI PISANG COKELAT
OLEH MAHASISWAI UNIVERISTAS MUHAMMADIYAH JAMBI PADA KEGIATAN
KEWIRAUSAHAAN**

Abd Halim¹, Rika Neldawaty,² Indria Mayesti,³ Suherman⁴, Mukti⁵ Iwan Eka Putra⁶ Etik
Winarni⁷ Siswoyo⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Dosen Universitas Muhammadiyah Jambi

e-mail : ¹Abdh0074@gmail.com, ²rikaneldawaty1079@gmail.com

³Yesimukti75@gmail.com, ⁴suhermanrika17@gmail.com, ⁵muktiyesi@gmail.com,

⁶Iwanekaputra888@gmail.com, ⁷etikwinarni88@gmail.com, ⁸siswoyo@umjambi.ac.id

Abstrak

Bisnis Usaha di bidang kuliner, khususnya produk pisang coklat, menjadi salah satu bisnis rumahan yang potensial karena tingginya minat pasar, terutama dari kalangan generasi Z. Potensi bisnis ini cukup besar karena hanya memerlukan modal yang relatif kecil, bahan baku yang mudah diperoleh, serta memiliki nilai jual yang tinggi. Meski demikian, terdapat beberapa tantangan dalam menjalankannya, seperti keterbatasan dalam pengelolaan keuangan, kurangnya strategi pemasaran, minimnya inovasi produk, serta belum adanya standar produksi. Kegiatan ini dilaksanakan di rumah di jl pattimura perumahan wisma bunga blok A Rt 025 yang merupakan salah satu mahasiswa di Jambi, dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha melalui pelatihan pembukuan sederhana, teknik pemasaran, serta pengembangan inovasi produk. Metode pelaksanaan mencakup ceramah, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan selama satu bulan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan mahasiswa dalam pengelolaan keuangan, tehnik pemasaran, dan pengemangan inovasi produk, yang berdampak pada perkembangan usaha. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan dan memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan bisnis pisang coklat.

Kata kunci: Usaha umkm; makanan, pisang coklat, strategi pemasaran; inovasi produk

1. PENDAHULUAN

Pisang Coklat (Piscok) merupakan camilan ringan yang digemari oleh berbagai kalangan. Makanan ini tidak hanya populer di kalangan masyarakat Indonesia, baik anak-anak hingga orang dewasa, tetapi juga telah menarik perhatian masyarakat internasional. Harga terjangkau, cita rasa lezat, piscok menjadi salah satu peluang usaha kecil yang menjanjikan. Indonesia sendiri dikenal sebagai salah satu negara penghasil pisang terbesar di dunia, dengan kualitas rasa yang baik dan beragam jenis pisang yang melimpah. Karena itu, piscok memiliki potensi besar sebagai usaha kecil yang menguntungkan dan terus berkembang melalui berbagai variasi rasa. Cua dan Soelaiman, 2025.

Produk piscok dengan berbagai variasi rasa juga telah menembus pasar internasional, khususnya negara-negara di kawasan Asia. Tingginya permintaan global terhadap camilan ini menjadi salah satu alasan kuat mengapa bisnis piscok memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Keuntungan yang diperoleh dari usaha ini pun umumnya sejalan dengan ekspektasi pelaku usaha (Rahardja, 2025). Dalam lima tahun terakhir, penjualan piscok dengan aneka rasa mengalami lonjakan hingga 75%, sementara ekspor pisang ke berbagai negara, terutama di Asia, meningkat hingga 50% sejak tahun 2008. Pertumbuhan ini menjadi bukti nyata bahwa bisnis produk olahan pisang, khususnya piscok, menawarkan peluang yang sangat menguntungkan. Hasil survei juga mengonfirmasi bahwa usaha ini memang menjanjikan secara finansial. Nurlaeli, 2025.



Gambar 1. Produk pisang coklat

Meskipun menguntungkan dan memiliki prospek usaha karena usaha tersebut diminati oleh semua kalangan terutama anak-anak remaja hingga orang tua. tersebut tidak mampu untuk berkembang dengan baik karena : kurangnya kemampuan dalam pengelolaan keuangan, sistem pemasaran, inovasi produk dan standarisasi produk.

2. METODE PELAKSANAAN

a. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Lokasi kegiatan ini dilakukan di dalam hal ini kami melakukan penjualan di kawasan kampus universitas Muhammadiyah Jambi dengan cara menggelar bazaar pada saat kegiatan kewirausahaan. Berkerjasama dengan pusat karir dan anak-anak mahasiswa yang tergabung dalam hipmi Perguruan tinggi Muhammadiyah.

b. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode, diskusi dan praktik secara langsung serta dengan pendampingan. Pelaksanaan kegiatan meliputi bagaimana cara dalam membuat pembukuan (laporan keuangan) sederhana, cara mempromosikan produk, cara berinovasi produk dan strategi pemasaran yang baik dan efektif. kegiatan ini meliputi: 1) persiapan meliputi survei lapangan, indentifikasi masalah, identifikasi solusi permasalahan; 2) Pelaksanaan kegiatan meliputi proses sosialisasi, praktik dan pendampingan; 3) Evaluasi meliputi evaluasi hasil yang dicapai mahasiswa apakah sesuai dengan yang di targetkan atau belum. Asandimitra et al., 2025

Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini meliputi:

- a. Langkah 1 : sosialisasi dan diskusi terfokus mengenai laporan keuangan sederhana, strategi pemasaran dan strategi berinovasi produk.
- b. Langkah 2 : Pelatihan menyusun laporan keuangan sederhana, strategi pemasaran dan strategi inovasi produk.
- c. Langkah 3 : Praktik langsung terkait dan pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana , strategi pemasaran pemasaran dan strategi berinovasi produk.
- d. Langkah 4 : Evaluasi seluruh kegiatan.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan PKM usaha pisang coklat dikampus univeristas Muhammadiyah jambi berjalan dengan baik. ditunjukkan dengan berjalannya proses sosialisasi dari awal kegiatan hingga akhir kegiatan sosialisasi dilakukan sebanyak 3 kali. sosialisasi pertama dilakukan untuk pengenalan dan pemahaman membuat laporan keuangan sederhana yang baik dan benar. pertemuan kedua dilakukan sosialisasi mengenai cara atau strategi pemasaran yang baik dan benar. Selain dilakukan sosialisasi dilakukan diskusi dan tanya jawab mengenai pembuatan laporan keuangan yang telah dipelajari pada pertemuan sebelumnya. sosialisasi kedua ini terlaksana dengan baik sesuai rencana yang telah di tetapkan. Kondisi ini terlihat dari meningkatnya kemampuan mahasiswa/i dalam memproduksi pisang coklat menjadi produk yang bernilai dan meningkatnya kemampuan mahasiswa dalam membuat laporan keuangan sederhana dan meningkatnya pemahaman mahasiswa dalam mengembangkan berbagai strategi dalam meningkatkan pemasaran produk yang dihasilkan. (Fadilah, 2025).

Pada pertemuan ketiga melakukan sosialisasi yang berkaitan dengan materi bagaimana melakukan inovasi, meningkatkan kreativitas dalam memproduksi pisang coklat dan kemasan yang menarik. Sosialisasi ini dilakukan dengan tujuan untuk

membantu memampukan mahasiswa agar mampu untuk menambah pengetahuan tentang jiwa berwirausaha menjadi lebih besar melalui inovasi produk yang dihasilkan. Utami et al., 2025.

Dalam sosialisasi pada tahap ke tiga ini secara umum berjalan dengan baik, baik dalam tranfer *knowledge* maupun bagaimana cara berinovasi mengembangkan produk. Namun pada tahap ketiga ini pelaku usaha mengalami kesulitan dalam melakukan pengembangan agar menghasilkan produk yang bervariasi. Hal ini terjadi karena mahasiswa masih belum banyak dan tidak memiliki banyak kemampuan dalam berinovasi dalam menghasilkan produk sehingga berdampak pada terbatasnya produk yang dihasilkan. Atas dasar kondisi tersebut maka melakukan pendampingan secara berkala selama 1 bulan, hal ini dilakukan untuk memaksimalkan kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa tersebut. Ratnaduhita et al., 2025.

Dalam proses pendampingan dilakukan dengan metode tanya jawab dan diskusi terkait semua permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa/i yang meliputi pembukuan sederhana, strategi promosi dan strategi berinovasi dalam mengembangkan produk yang dihasilkan. Dari hasil evaluasi pendampingan yang telah dilakukan selama tiga bulan menunjukkan bahwa mahasiswa/i mampu memahami dan mampu membuat laporan keuangan, strategi pemasaran dan berinovasi produk dengan baik.





Gambar 4. Pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan dan rencana yang akan dicapai. Kegiatan pengabdian dilakukan mulai dari sosialisasi, , praktik, diskusi dan dilanjutkan dengan pendampingan. Kegiatan ini berlangsung lebih kurang selama 1 bulan yang meliputi materi pembukuan sederhana, strategi pemasaran dan strategi pengembangan atau inovasi produk yang dihasilkan. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian ini berlangsung dengan baik dan sukses yang ditunjukkan dari meningkatnya kemampuan dari mahasiswa/i pada matakuliah kewirausahaan dalam membuat pelaporan keuangan, pemasaran dan inovasi produk serta berdampak pada berkembangnya usaha yang dijalankan. Yashinta, 2025.

Menjalankan usaha ini memerlukan kesabaran dan ketekunan dalam proses produksinya, guna memastikan terciptanya produk yang berkualitas serta memperoleh hasil yang optimal. Di samping itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat mengingat produk ini masih tergolong baru di kalangan masyarakat. Komitmen dan fokus penuh sangat penting, karena memulai bisnis tidak bisa dilakukan secara setengah hati. Harapan kami sebagai pelaku usaha pemula adalah agar bisnis ini dapat berjalan lancar sesuai harapan dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Kami juga berharap adanya dukungan dari pemerintah untuk membantu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi, sehingga usaha ini dapat terus berkembang dan semakin berdaya saing ke depannya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Asandimitra, N., Wardoyo, D. T. W., Iriani, S. S., & ... (2025). ... KEWIRAUSAHAAN DAN PENGEMASAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING KELOMPOK UMKM KELURAHAN SAWUNGGALING SURABAYA. *Jurnal Abdi* <https://abdiinsani.unram.ac.id/index.php/jurnal/article/view/2193>
- Cua, G. M., & Soelaiman, L. (2025). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Resiliensi UMKM Telukgong Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/33011>
- FADILAH, N. N. (2025). *PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, SELF EFFICACY TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DENGAN MOTIVASI USAHA*

- SEBAGAI VARIABEL repository.unj.ac.id. <http://repository.unj.ac.id/56534/>*
- Jatlan, N. R., Hidayah, R. N. N., Adilah, A. A., & ... (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Lokasi Terhadap Keuntungan Kompetitif (Studi Kasus UMKM Makanan dan Minuman). *Revenue: Lentera* <https://jurnal.lenteranusa.id/index.php/lbm/article/view/756>
- Nurlaeli, F., Khasanah, S. N., Bahtiar, M. A., & ... (2025). PROGRAM PENGEMBANGAN UMKM MELALUI SOSIALISASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBUATAN LABEL KEMASAN PRODUK MAKANAN DI DESA KUNDISARI *Gotong-Royong* <https://www.journal.das-institute.com/index.php/gotong-royong/article/view/738>
- Rahardja, U., Natalia, E. A., Aini, Q., Goh, T. S., & ... (2025). ... driven creativepreneurship as an innovative economic solution for msme: Kewirausahaan kreatif berbasis kalkulus sebagai solusi ekonomi inovatif untuk umkm. *ADI Pengabdian* <https://adi-journal.org/index.php/adimas/article/view/1213>
- Rahayu, S., Syafe'i, D., Dahlia, D., & ... (2025). INOVASI PRODUK SEBAGAI MEDIASI PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM. *Jesya (Jurnal* <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/2184>
- Ratnadhita, N., Hermawan, H., & Wibowo, Y. G. (2025). PERAN MINAT, KREATIVITAS, DAN KONEKSI TERHADAP KEBERHASILAN PELAKU UMKM MAKANAN DI DESA SUMBEREJO. *Integrative Perspectives of* <https://ipssj.com/index.php/ojs/article/view/677>
- Utami, N. M. S., Rahayu, N. M. S., Sudiana, I. W., & ... (2025). Peluang dan Tantangan Kewirausahaan UMKM di Kabupaten Tabanan: Studi Kasus Stan UMKM dan Pasar Malam pada Tanah Lot Art and Food Festival 2024. ... *Kewirausahaan Dan* <https://siberpublisher.org/index.php/JKMT/article/view/393>
- Yashinta, R. M. (2025). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Wirausaha Kuliner Makanan. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and* <https://publikasi.abidan.org/index.php/benefit/article/view/1172>
- (Asandimitra et al., 2025; Cua & Soelaiman, 2025; FADILAH, 2025; Jatlan et al., 2025; Nurlaeli et al., 2025; Rahardja et al., 2025; Rahayu et al., 2025; Ratnadhita et al., 2025; Utami et al., 2025; Yashinta, 2025)