

PELATIHAN INOVASI KERIPIK PANGSIT GUNA MENINGKATKAN JIWA ENTREPRENEUR MAHASISWA MOJOKERTO

**Wiwin Nur Istiqomah¹⁾, Mas'ulil Munawaroh²⁾, Safira Nazilatus Sya'diyah³⁾,
Shela Alsa Nur Fadila⁴⁾, Siti Khoiriyah⁵⁾, Dita Ayu Dewi Zuhriyatul
Mahfudz⁶⁾, Azizah Rohmah⁷⁾, Siti Marfuah⁸⁾**

¹⁾ Prodi PGMI, STAISAM Mojokerto

²⁾ Prodi MPI, STAISAM Mojokerto

³⁾ Prodi MPI, STAISAM Mojokerto

⁴⁾ Prodi MPI, STAISAM Mojokerto

⁵⁾ Prodi MPI, STAISAM Mojokerto

⁶⁾ Prodi PGMI, STAISAM Mojokerto

⁷⁾ Prodi PGMI, STAISAM Mojokerto

⁸⁾ Prodi MPI, STAISAM Mojokerto

wiwinnur237@gmail.com

Abstract

Community service activities aim to foster students' entrepreneurial spirit. Students chose to participate in the training program for entrepreneurship in Randubango Village because most of the village's residents earn their living as traders. Therefore, the researcher chose to innovate the wonton chips in terms of shape and flavor. Furthermore, students' interest in entrepreneurship is low. The researcher used a pretest and posttest method to determine the extent of improvement in measuring students' entrepreneurial spirit. The results were obtained from three main indicators: (1) understanding of entrepreneurial spirit, with an average increase of 25%; (2) product innovation, with an average increase of 24%; and (3) bazaar marketing, with an average increase of 32%. These data indicate an increase in students' entrepreneurial spirit before (pretest) and after (posttest). This training provided students with real world experience to continue innovating in the world of entrepreneurship to create a successful national MSME economy.

Keywords: *Training, Wonton Chips, Entrepreneurial Spirit.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan untuk menumbuhkan jiwa intreprenur mahasiswa. Dalam berwirausaha mahasiswa memilih pelatihan keripik pangsit didesa Randubango karena di desa ini, sebagian besar bermata pencaharian sebagai pedagang oleh karena itu, peneliti memilih berinovasi keripik pangsit dari segi bentuk dan rasa. Disamping itu, rendahnya minat mahasiswa dalam berwirausaha. Metode yang digunakan peneliti yaitu pretest dan posttest guna mengetahui seberapa besar peningkatan yang diperoleh dalam mengukur jiwa intreprenur mahasiswa. Hasil yang diperoleh dari tiga point indikator utama yaitu: (1) pemahaman jiwa intreprenur diperoleh rata-rata sebesar 25% (2) inovasi produk diperoleh rata-rata sebesar 24% dan (3) pemasaran bazar diperoleh rata-rata sebesar 32%. Data ini menunjukkan bahwa ada peningkatan jiwa Intreprenur mahasiswa sebelum (pretest) dan sesudahnya (posttest). Pelatihan ini memberikan pengalaman nyata bagi mahasiswa untuk terus berinovasi dalam dunia wirausaha guna menciptakan perekonomian nasional UMKM yang sukses.

Keywords: *Pelatihan, Kripik Pangsit, Jiwa Intreprenur.*

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat desa merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan nasional yang berkelanjutan. Desa sebagai unit terkecil dalam struktur pemerintahan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dari bawah (bottom-up development). Salah satu pendekatan efektif dalam pemberdayaan masyarakat adalah melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang terbukti mampu menjadi tulang punggung perekonomian nasional. UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi rakyat yang mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan (Anggraeni & Kunci, 2022).

Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM di daerah pedesaan yang masih menghadapi berbagai kendala, baik dari sisi produksi, inovasi produk, manajemen usaha, hingga strategi pemasaran yang masih konvensional (Astuti et al., 2025). Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing produk lokal di tengah pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap teknologi, dan minimnya pengetahuan kewirausahaan menjadi beberapa faktor penghambat dalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal.

Melalui kegiatan wirausaha, masyarakat dapat menciptakan peluang usaha baru, meningkatkan pendapatan keluarga, serta mengurangi angka pengangguran. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto, kewirausahaan adalah “usaha kreatif yang dilakukan berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberikan

manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain”. Selain itu, Ahmad Fajri menegaskan bahwa kewirausahaan adalah “jantung pembangunan ekonomi”, karena peranannya dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan yang pada akhirnya mampu memengaruhi Produk Domestik Bruto (GDP) (Fajri, 2021).

Jiwa *entrepreneur* atau “kewirausahaan” dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator penting, yaitu kreativitas dan inovasi, keberanian mengambil risiko, serta kemandirian. Kreativitas dan inovasi diperlukan agar seorang wirausaha mampu menghasilkan ide-ide baru, memodifikasi produk, dan menciptakan nilai tambah yang dapat bersaing di pasar (Suryana Y, 2013). Selanjutnya, keberanian mengambil risiko menjadi ciri khas *entrepreneur* karena dunia usaha penuh ketidakpastian, sehingga dibutuhkan sikap berani mencoba hal baru dan siap menghadapi kemungkinan kegagalan (Hisrich, 2017). Selain itu, kemandirian juga merupakan indikator yang penting, karena wirausahawan dituntut untuk tidak bergantung pada orang lain, memiliki inisiatif, serta bertanggung jawab penuh terhadap usahanya sendiri (Alma, 2014). Dengan demikian, ketiga indikator ini dapat menjadi dasar dalam mengukur sejauh mana seseorang memiliki jiwa *entrepreneur*.

Dengan jiwa *entrepreneur* yang kuat, individu mampu mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan, serta memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Salah satu bentuk nyata dalam menumbuhkan jiwa *entrepreneur* adalah melalui pelatihan produksi makanan ringan yang memiliki prospek pasar luas, salah satunya keripik pangsit. Menurut (Sumbodo, 2019)

Pangsit merupakan bahan makanan yang digemari sebagai pelengkap mie maupun sebagai camilan. Pangsit termasuk makanan ringan (snack) yang dibuat dari bahan dasar tepung terigu dengan tambahan bumbu dan rempah, kemudian adonan dipotong tipis-tipis dan digoreng hingga kering serta renyah. Adonan ini dibentuk tipis, lebar, atau segitiga, dengan tekstur garing yang menjadi ciri khasnya. Sejarah awal mula pangsit berakar dari kuliner pangsit (*wonton* dalam tradisi Tiongkok), yaitu adonan tepung terigu berisi daging atau sayuran yang direbus atau digoreng. Pangsit dibawa ke Indonesia oleh perantau Tionghoa pada masa perdagangan abad ke-19 (Sugiono, 2009). Awalnya, pangsit lebih dikenal sebagai pelengkap makanan utama seperti mie ayam dan bakso, biasanya dalam bentuk pangsit goreng. Dari sini, masyarakat kemudian mulai mengonsumsi kulit pangsit goreng tanpa isi sebagai camilan karena teksturnya yang renyah dan gurih.

Sedangkan keripik adalah camilan atau makanan ringan yang semua orang tau bahwa rasanya gurih, renyah, dan tidak terlalu mengeyangkan. Camilan keripik ini dapat bertahan lama dan praktis di bawa kemana-mana (Bawa Susana et al., 2025). Jadi bisa disajikan kapanpun dan dimanapun. Seiring berkembangnya zaman, keripik pada jaman sekarang lebih berkembang mulai dari bahan keripik, varian rasa, sampai cara pengemasannya. Kini keripik pangsit merupakan camilan populer yang digemari berbagai kalangan karena teksturnya renyah, rasanya gurih, serta harganya yang terjangkau. Produk ini berupa pangsit goreng yang kemudian berkembang menjadi keripik tanpa isi. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan ringan, keripik pangsit tidak hanya menjadi

pelengkap hidangan, tetapi juga memiliki nilai jual tinggi apabila dikembangkan dengan inovasi, baik dari segi rasa, kemasan, maupun strategi pemasarannya (Sudin et al., 2025). Menurut, (Geby Ayu Santoso et al., n.d.) inovasi merupakan fungsi utama dalam kewirausahaan yang dapat menciptakan nilai tambah serta keunggulan kompetitif bagi sebuah produk atau usaha. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya strategis untuk mendorong masyarakat, khususnya para pelaku UMKM di Desa Randubango,

Desa Randubango, Kabupaten Mojokerto, memiliki potensi masyarakat yang cukup besar untuk mengembangkan usaha berbasis kuliner, Namun, keterbatasan keterampilan, kurangnya inovasi produk, serta minimnya pengetahuan pemasaran seringkali menjadi kendala dalam mengembangkan usaha lokal. Serta didukung oleh lingkungan yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai pedagang. Oleh karena itu, diperlukan suatu program pelatihan inovasi keripik pangsit sebagai sarana pemberdayaan masyarakat. Melalui pelatihan ini, diharapkan warga tidak hanya terampil dalam memproduksi keripik pangsit, tetapi juga mampu berinovasi pada varian rasa, bentuk kemasan, hingga strategi pemasaran, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran (Sudin et al., 2025).

Dengan adanya kegiatan pelatihan inovasi keripik pangsit ini, diharapkan dapat tumbuh jiwa *entrepreneur* mahasiswa. Program ini tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga pada pembentukan mindset wirausaha yang kreatif, inovatif, dan mandiri. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengembangkan potensi lokal menjadi peluang usaha yang berkelanjutan serta

berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian desa (Harini et al., 2025)

METODE

Pengabdian Masyarakat ini diberikan kepada mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah semester 7 Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin yang dilaksanakan tanggal 8 Agustus 2025. Kegiatan ini dirancang dengan tujuan memberikan pengalaman belajar tentang teori komprehensif dan pengembangan media pembelajaran interaktif, sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep kewirausahaan secara teoritis tetapi mampu menjelaskan dan mempraktekkan secara nyata tentang inovasi dan pengemasan keripik pangsit cubit. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga tahapan utama yaitu :

1. Sesi *Pretest*

Di tahap awal mahasiswa diberikan pretest untuk mengetahui kadar kemampuan pengetahuan dan pemahaman mereka mengenai kewirausahaan, Inovasi produk serta kemasan menarik. Setelah hasil pretest terkumpul dilanjutkan dengan workshop yaitu penyampaian materi secara mendalam dan interaktif sebagai bekal peserta dengan landasan teori dan wawasan baru yang relevan sebagai persiapan praktik secara langsung.

2. Sesi Praktik Inovasi

Di tahap kedua Mahasiswa melakukan praktik langsung pembuatan keripik pangsit cubit. Proses ini meliputi pemilihan bahan baku yang murah dan berkualitas, teknik pembuatan keripik pangsit cubit dengan teknik mencubit beserta inovasi dalam pengembangan rasa dan packaging yang

menarik. Kegiatan ini memberikan kesempatan mahasiswa untuk mengasah keterampilan sesuai kreativitas dalam menciptakan produk yang inovatif dan memiliki nilai jual tinggi.

3. Sesi *Posttest*

Setelah praktik selesai dilakukan, mahasiswa melakukan posttest dengan tujuan mengetahui peningkatan keterampilan di bandingkan dengan hasil pretest. Selanjutnya, dilakukan sesi evaluasi dan refleksi melalui diskusi dan praktik kelompok ini. Mahasiswa di ajak untuk mengevaluasi proses pembelajaran mengidentifikasi bentuk tantangan yang di hadapi dan solusinya, juga berbagai macam pengalaman. Selain itu, mahasiswa juga merumuskan rencana tindak lanjut yang akan dilakukan untuk mengembangkan produk inovasi keripik pangsit cubit secara mandiri atau kelompok usaha.

Dengan rangkaian tahapan yang telah direncanakan diharapkan mampu menjadikan program pengabdian masyarakat sebagai wadah pembelajaran menyeluruh serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang inovatif dan produktif pada mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan inovasi keripik pangsit dilakukan tanggal 8 Agustus 2025 menghasilkan pengalaman yang menyenangkan bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah semester 6. Awal mula mahasiswa mengidentifikasi berbagai kulit pangsit lalu membentuk kulit pangsit menjadi persegi, bentuk seperti ini sudah banyak dijumpai pada umumnya. Seiring dengan pesatnya persaingan perdagangan yang menuntut

persaingan dipasaran, maka pada sesi praktik, mahasiswa secara langsung melakukan proses inovasi yaitu mulai dari pemilihan kulit pangsit yang berkualitas, inovasi ini diterapkan pada aspek tekstur dan kualitas bahan baku, dengan menggunakan tepung berkualitas serta teknik penggorengan yang tepat agar menghasilkan keripik yang lebih renyah dan tahan lama. Kemudian dilanjut dengan pemberian varian rasa yang terdiri dari 5 rasa yaitu; balado, jagung manis, ekstrak pedas, ayam bawang, dan original. sehingga produk memiliki keunikan dan mampu menarik minat konsumen dari berbagai segmen. Berikut ini pelaksanaan sosialisasi mahasiswa kepada masyarakat desa Randubango, Mojokerto.



Gambar 1. Sosialisasi Masyarakat

Selain pengembangan produk juga dilakukan pada kemasan, di mana kemasan dibuat lebih menarik, higienis, dan informatif dengan mencantumkan label identitas produk, tanggal produksi, hingga izin usaha kecil yang menjadi nilai tambah dalam kepercayaan konsumen. Dalam kemasan keripik pangsit, kami telah memberi nama keripik pangsit dengan si cubit. Cubit artinya karena dalam pembuatannya dicubit dengan tangan dan di lem menggunakan air agar bisa menempel sisi satu sama yang lain. Melalui proses pengembangan ini, mahasiswa KKN tidak hanya belajar mengasah kreativitas dalam menciptakan produk

baru, tetapi juga menanamkan jiwa wirausaha yang berorientasi pada inovasi dan keberlanjutan usaha.



Gambar 2. Inovasi Varian Rasa

Selanjutnya keripik dikemas kedalam mika plastik (standing pouch) dan diberi label sesuai dengan inovasi yang telah dibentuk. Selain itu, strategi branding juga diterapkan dengan memberikan nama produk yang unik, logo yang mudah diingat, serta slogan menarik yang mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Septiani et al., 2021). Mahasiswa KKN juga mendorong penjualan melalui kegiatan bazar desa yang dilaksanakan pada moment peringatan kemerdekaan Indonesia. Dengan penerapan strategi pemasaran ini, mahasiswa dapat belajar bagaimana sebuah produk lokal dapat diperdagangkan secara luas dan memiliki nilai kompetitif. Hal ini sekaligus menumbuhkan jiwa entrepreneur mahasiswa untuk mampu berpikir strategis, kreatif, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.



Gambar 3. Pemasaran Bazar

Selain itu, mahasiswa KKN dilatih untuk menjaga konsistensi rasa dan tekstur melalui standarisasi resep serta pengendalian mutu pada setiap tahap produksi. Pengemasan yang higienis juga menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas produk agar lebih tahan lama dan aman dikonsumsi. Dengan adanya manajemen produksi dan kualitas yang baik, produk keripik pangsit tidak hanya memiliki daya saing lebih tinggi di pasaran, tetapi juga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat (Rinto et al., 2023) bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen, serta penelitian (Suci Palasari et al., 2024) yang menekankan pentingnya manajemen usaha dan inovasi dalam meningkatkan keberhasilan wirausaha.

Untuk melihat seberapa jauh peningkatan yang dicapai dalam jiwa intreprenur mahasiswa maka, peneliti melakukan pengukuran dengan *pretest* dan *posttest* yang terdiri dari tiga point indikator utama yaitu: (1) pemahaman jiwa *intepreneur*, (2) inovasi produk, dan (3) pemasaran bazar. Berikut perolehan data *pretest* dan *posttest* yang diperoleh dari mahasiswa.

Tabel 1. Data *pretest* dan *posttest*

Aspek	Rata-rata Pretest	Rata-rata Posttest	Peningkatan
Jiwa			
1. Intrepneur	63 %	88%	+25
2. Inovasi Produk	66 %	90 %	+24
3. Pemasaran bazar	57 %	89 %	+32

Point indikator yang pertama adalah pemahaman jiwa *intepreneur*, menunjukkan peningkatan dari 63% menjadi 88%. Artinya mahasiswa

mengalami peningkatan yang signifikan terhadap jiwa *intepreneur*, termasuk bagaimana memilih peluang usaha, memulai dan merencanakan bisnis sederhana, serta memahami kemungkinan terburuk. Sebelumnya, sebagian besar mahasiswa belum memiliki wacana tentang jiwa *intepreneur*. Tapi setelah mengikuti pelatihan mereka memiliki jiwa tekad untuk berwirausaha.

Point indikator yang kedua adalah inovasi produk, menunjukkan peningkatan dari 66% menjadi 90%. Peningkatan ini terlihat bahwa mahasiswa mampu menumbuhkan inovasi pada makanan ringan yaitu kripik pangsit yang dibuat dengan berbagai rasa yaitu rasa balado, jagung manis, ekstrak pedas, ayam bawang, dan original. Disamping itu kripik pangsit yang semula hanya berbentuk persegi dibah bentuknya dengan dicubit jadi sebelum digoreng kulit pangsit dicubit terlebih dulu. Hal ini dimaksudkan, agar menarik konsumen agar lebih tertarik untuk membelinya. Tak hanya itu, dalam kemasan tersebut, tidak hanya nama dan komposisi bahan yang dicantumkan, namun terdapat inisial logo yang mencerminkan identitas dari owner keripik pangsit. Dari sinilah mahasiswa mampu memunculkan inovasi baik dari segi bentuk, rasa, dan kemasan kripik pangsit.

Point indikator yang ketiga adalah pemasaran produk melalui kegiatan bazar menunjukan peningkatan yang sebelumnya 57% menjadi 89% pemasaran ini dilakukan yang sebelumnya penjualan produk ditaruh ditoko/warung dengan yang sesudahnya produk keripik pangsit dijual pada kegiatan bazar lebih banyak peminatnya. Hal ini karena mahasiswa memakai teknik sebelum membeli rasakan dulu tekstur dan rasanya, ketika

customer merasakan secuil kripih pangsit, secara real mereka mendapat kepuasan baik dari segi rasa maupun harga, dapat dicangkau oleh masyarakat.

Dari ketiga point indikator tersebut diperoleh rata-rata sebesar 27%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan teoritis mahasiswa akan kewirausahaan dan terampil dalam setiap keputusan yang diambil. Dengan adanya pelatihan membuat mahasiswa tekad akan kepercayaan diri untuk terjun dalam dunia wirausaha dan terus mengembangkan pribadi menjadi pribadi yang unggul dan inovatif.

SIMPULAN

Pelatihan inovasi kripih pangsit terbukti efektif dalam meningkatkan jiwa entrepreneur mahasiswa dengan rata-rata peningkatan sebesar 27% pada tiga indikator utama, yaitu pemahaman kewirausahaan, inovasi produk, dan pemasaran. Mahasiswa yang semula kurang memahami konsep wirausaha, setelah pelatihan mampu memilih peluang, merencanakan bisnis sederhana, serta berani menghadapi risiko. Dari sisi produk, mereka berhasil menciptakan variasi rasa, bentuk, dan kemasan kripih pangsit yang lebih menarik dan beridentitas. Sedangkan dalam pemasaran, strategi melalui bazar dan uji rasa terbukti lebih efektif menarik minat konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memperkuat pengetahuan teoritis, tetapi juga membangun keterampilan praktis, rasa percaya diri, dan motivasi mahasiswa untuk terjun ke dunia wirausaha secara kreatif dan inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Anggraeni, R., & Kunci, K. (2022). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. In *Eksaminasi: Jurnal Hukum* (Vol. 1, Issue 2).
- Astuti, E. D., Tarto, T., Utami, R. T., & Oktaviany, V. (2025). Transformasi UMKM Digital Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2150–2158.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1592>
- Bawa Susana, I. G., Wiryajati, I. K., Adhi W.A., I. G. A. K. C., Perdana Putra, I. K., & Alit, I. B. (2025). Pelatihan Produksi Untuk Mengoptimalkan Usaha Kecil Kripih Pangsit di Desa Lendang Nangka. *Jurnal Pepadu*, 6(1), 18–27.
<https://doi.org/10.29303/pepadu.v6i1.6294>
- Fajri, A. (2021). *Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi*, 7(2), 2548–5911.
<https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v7i2.619>
- Geby Ayu Santoso, T., Fitriyanti, R., Kustiningsih, N., & Studi Akuntansi STIE Mahardhika Surabaya, P. (n.d.). *Inovasi Produksi Terhadap Peningkatan Usaha Kripih Pangsit* (Vol. 2, Issue 1).
- Harini, S., Kartini, T., Syabani'ah, N. Y., Amalia, D., Lestari, D., N. N., & Adzqiya, M. K. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Produk Berbasis Kearifan Lokal Desa Benda. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 62–65.

- <https://doi.org/10.36636/eduabdi mas.v4i1.6168>
- Hisrich, R. D. , P. M. P. , & S. D. A. (2017). *Entrepreneurship* . McGraw-Hill Education.
- Rinto, R., Supriadi, A., Ridhowati, S., Hanggita, S., Indasari, D., Yunindyawati, Y., & Pujiastuti, N. (2023). Pelatihan Pengolahan Keripik Pangsit Ikan Di Desa Pulau Semambu Indralaya Utara Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 469–477. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8 i2.442>
- Septiani, F., Supriatna, A., Cahyani Putri, W., & Khairul Hadi, R. (2021). *Hal (318-321) @Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang 318*. 2(3).
- Suci Palasari, R., Irin Wijayanti, D., & Ulum, F. (2024). Peran Penting Manajemen Usaha dalam Pengembangan Usaha Mikro Bidang Kuliner di Kota Malang. In *Edisi* (Vol. 1).
- Sudin, S., Saman, R., Rumalean, I., Baruka, J., Burere, S., & Saleh, J. (2025). Pengembangan Keripik Pangsit Dalam Mewujudkan Ekonomi Kreatif Melalui Pemanfaatan Teknologi. In *Jurnal Multidisiplin Inovatif* (Vol. 9, Issue 1).
- Sugiono, S. (2009). *Makanan Peranakan Tionghoa di Indonesia: Akulturasi Kuliner Nusantara*. Gramedia .
- Suryana Y. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.
- Sumbodo, J., Amalia, U., & Purnamayati, L. (2019). Peningkatan Gizi dan Karakteristik Kerupuk Pangsit dengan Penambahan Tepung Tulang Ikan Nila (*Oreochromis niloticus*). *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan*, 1(1), 3036. <https://doi.org/10.14710/jit pi.2019.5242>.