



# Perencanaan dan Pengembangan Bisnis Portofolio “Lumerros Bite”

Zika Aisyantus Sophia, Nindia Murdiana, Frisca Mei Maghfiroh, Nabitha Widiya Berliana, Salza Ayu Ramadhana\*, Sonja Andarini, Indah Respati Kusumasari

Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

**Abstrak:** Industri makanan ringan di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama dalam hal inovasi produk yang menjawab kebutuhan konsumen akan makanan ringan yang praktis dan sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses perencanaan dan pengembangan produk inovatif bernama Lumerros Bite, sebuah varian churros dengan penyajian baru yang lebih praktis dan modern. Berbeda dengan churros pada umumnya, produk ini hadir dalam bentuk ukuran sekali gigit yang sudah diisi dengan saus di dalamnya, sehingga lebih higienis dan mudah dikonsumsi. Inovasi utama terletak pada penggunaan ubi jalar sebagai bahan dasar untuk varian rasa manis, serta kombinasi telur dan mayones untuk varian rasa gurih, yang menjadikan Lumerros Bite sebagai camilan fungsional yang bernilai gizi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi visual. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama produk terletak pada bentuknya yang unik dan kandungan gizinya, sedangkan ancaman utamanya adalah persaingan pasar dan bahan baku yang terbatas. Strategi pemasaran memanfaatkan media sosial dan promosi langsung, dengan target utama mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur. Keunikan, strategi promosi yang sederhana namun efektif, dan respons positif dari pasar menunjukkan potensi yang besar untuk pengembangan produk ini. Lumerros Bite tidak hanya menjadi tugas akademis, namun juga menjadi peluang bisnis nyata berbasis inovasi dan kewirausahaan mahasiswa.

**Kata kunci:** Inovasi Produk, Perencanaan Bisnis, Churros, Lumerros Bite, Makanan Ringan, Ubi Jalar, Strategi Pemasaran, SWOT

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jpem.v2i3.725>

\*Correspondence: Salza Ayu

Ramadhana

Email: [23042010160@student.upnjatim.ac.id](mailto:23042010160@student.upnjatim.ac.id)

Received: 08-06-2025

Accepted: 15-06-2025

Published: 31-07-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

**Abstract:** The snack food industry in Indonesia continues to experience significant growth, especially in terms of product innovation that answers consumer needs for practical and healthy snacks. This research aims to describe the planning and development process of an innovative product called Lumerros Bite, a churros variant with a new, more practical and modern presentation. Unlike the usual churros, this product comes in a bite-sized form that is already filled with sauce inside, making it more hygienic and easy to consume. The main innovation lies in the use of sweet potato as the base ingredient for the sweet variant, as well as the combination of eggs and mayonnaise for the savory variant, which makes Lumerros Bite a functional snack with nutritional value. This research used a descriptive qualitative approach through observation, interviews, and visual documentation. SWOT analysis shows that the main strengths of the product lie in its unique shape and nutritional content, while the main threats are market competition and limited raw materials. The marketing strategy utilizes social media and direct promotion, with the main target of UPN “Veteran” East Java students. The uniqueness, simple yet effective promotion strategy, and positive response from the market show great potential for the development of this product. Lumerros Bite is not only an academic assignment, but also a real business opportunity based on student innovation and entrepreneurship.

**Keywords:** Product Innovation, Business Planning, Churros, Lumerros Bite, Snacks, Sweet Potato, Marketing Strategy, SWOT

## Pendahuluan

Industri makanan ringan di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk-produk inovatif yang menawarkan pengalaman baru dalam menikmati makanan. Menurut Data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dipaparkan melalui publikasi yaitu hasil dari Survei yang dilakukan pada berbagai Perusahaan/Usaha Penyediaan Makanan Minuman di Tahun 2024. Usaha sebagai penyedia makanan dan minuman di Indonesia pada tahun 2023 memiliki total jumlah 4,85 juta usah yang meningkat sekitar 21,13 persen dari tahun 2016 yaitu sebesar 4,01 juta usaha.

Persaingan di sektor ini tidak hanya berfokus pada kualitas rasa, tetapi juga pada penyajian, kemasan, serta nilai tambah dari setiap produk yang ditawarkan. Seperti yang disebutkan oleh Mujahidin (2007) dalam Hartini, dkk (2022) yaitu persaingan dalam bisnis didefinisikan sebagai kompetisi para pelaku bisnis yang dilakukan untuk mendapat pembeli dengan cara melakukan promosi harga yang bersaing serta kualitas produk memadai. Sebagai contoh, churros merupakan camilan khas Spanyol yang telah diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia. Namun, produk ini umumnya disajikan dalam bentuk panjang dengan tekstur renyah dan dicocol ke dalam saus manis, seperti cokelat atau karamel. Konsep penyajian churros yang cenderung monoton ini menjadi peluang bagi inovator produk makanan untuk mengembangkan sesuatu yang berbeda dan lebih menarik bagi konsumen.

Lumerros Bite hadir dengan mengusung konsep yang berbeda dari churros pada umumnya. Produk ini tidak hanya mengubah bentuk churros menjadi lebih praktis dan modern, tetapi juga memperkenalkan inovasi dalam hal rasa dan penyajian. Alih-alih dicocol, churros ini diisi dengan berbagai varian rasa, yaitu manis dan gurih.

Varian manis menggunakan ubi jalar sebagai bahan utama, memberikan nilai tambah berupa kandungan nutrisi yang lebih sehat serta rasa yang khas. Ubi jalar dikenal kaya akan beta-karoten yang baik untuk kesehatan mata, kulit, serta sistem kekebalan tubuh. Dengan penggunaan bahan alami ini, Lumerros Bite ingin menghadirkan camilan yang tidak hanya lezat tetapi juga lebih sehat. Di sisi lain, varian gurih merupakan inovasi baru yang belum banyak diterapkan dalam produk churros. Kombinasi olahan telur rebus dan mayones menciptakan rasa gurih yang unik, memberikan sensasi yang berbeda bagi konsumen yang lebih menyukai cita rasa asin daripada manis.

Kehadiran Lumerros Bite diharapkan dapat memberikan alternatif camilan yang lebih variatif dan inovatif, terutama di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum di sekitar UPN "Veteran" Jawa Timur.

## Metode

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis proses perencanaan, pengembangan, dan evaluasi produk inovatif bernama Lumerros Bite. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan karena pendekatan ini mampu menjelaskan fenomena yang kompleks secara mendalam dan menyeluruh. Menurut (Rachman Arif et al., 2024), penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, dan analisis data bersifat induktif/kualitatif.

Pendekatan ini sangat relevan untuk menggambarkan dinamika pengambilan keputusan, inovasi produk, serta reaksi konsumen terhadap prototipe camilan berbasis lokal. Dalam konteks bisnis dan kewirausahaan mahasiswa, pendekatan ini dapat memberikan pemahaman tentang proses kreatif dan strategi yang digunakan dalam merancang produk makanan ringan inovatif yang responsif terhadap selera pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat (Murdiyanto, 2020) yang menyatakan bahwa pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk mengeksplorasi makna di balik tindakan atau perilaku manusia dalam konteks tertentu.

Dengan demikian, penelitian ini lebih menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap proses kreatif dan respons pasar, bukan sekadar mencari hubungan sebab-akibat atau menguji hipotesis. Data diperoleh dari observasi lapangan, wawancara konsumen, dokumentasi visual, serta hasil uji coba produk selama periode tertentu. Penelitian ini juga berfungsi sebagai studi awal (*preliminary study*) yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pengembangan lebih lanjut.

### A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode observasi partisipatif, wawancara semi-struktural, dan dokumentasi visual. Teknik ini dipilih untuk menggali informasi secara holistik mengenai proses pembuatan produk, tanggapan konsumen, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Menurut (Muhammad Hasan et al., 2022) dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi dan wawancara, karena mampu menggali makna yang tersembunyi dari perilaku dan pandangan subjek.

Observasi dilakukan secara langsung selama proses produksi dan pemasaran Lumerros Bite, termasuk saat pengujian prototipe di lingkungan kampus UPN "Veteran" Jawa Timur. Dengan metode observasi ini, peneliti dapat mengamati proses secara natural serta mencatat respons spontan dari konsumen. Wawancara semi-struktural digunakan untuk menggali persepsi konsumen terhadap produk, termasuk kelebihan, kekurangan, dan potensi pengembangan. Teknik ini memberikan ruang fleksibilitas bagi peneliti untuk

menyesuaikan pertanyaan berdasarkan respons informan, sebagaimana dijelaskan oleh (Rusli et al., 2022) bahwa wawancara semi-struktural memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang mendalam namun tetap sistematis.

Selain itu, dokumentasi visual seperti foto produk, testimoni pelanggan, dan tangkapan layar promosi media sosial juga dikumpulkan sebagai bagian dari data pendukung. Dokumen-dokumen tersebut memberikan gambaran konkret mengenai bentuk produk, tampilan kemasan, serta strategi *branding* yang digunakan. Dengan kombinasi tiga teknik ini, validitas dan keandalan data dapat ditingkatkan melalui triangulasi sumber data.

## B. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*), yang bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema yang muncul dari data kualitatif. Teknik ini dinilai sesuai untuk penelitian yang berfokus pada eksplorasi pengalaman dan persepsi individu terhadap suatu fenomena, dalam hal ini adalah produk Lumerros Bite. (Fiantika et al., 2022) menyatakan bahwa analisis tematik merupakan metode fleksibel dalam penelitian kualitatif yang dapat digunakan untuk menggali makna mendalam dalam berbagai jenis data, termasuk transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen visual.

Proses analisis dimulai dengan transkripsi data hasil wawancara dan catatan observasi, kemudian dilanjutkan dengan proses pengelompokan ke dalam kategori seperti "inovasi produk", "respons konsumen", "strategi promosi", dan "kendala produksi". Tema-tema ini dianalisis secara mendalam untuk menemukan hubungan antar-aspek dan interpretasi terhadap fenomena yang dikaji. Teknik ini memudahkan peneliti dalam menyusun narasi tematik yang komprehensif serta menyampaikan hasil secara sistematis dan bermakna.

Selain itu, validitas analisis dijaga dengan melakukan *peer debriefing* dan *member checking* kepada beberapa informan untuk memastikan kesesuaian interpretasi. Transparansi dan validasi dalam proses analisis tematik sangat penting untuk menjaga kredibilitas hasil penelitian. Melalui teknik ini, peneliti dapat menggambarkan hasil penelitian secara mendalam serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan usaha berbasis inovasi makanan lokal.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Analisis SWOT

Berikut hasil analisis SWOT produk Lumerros Bite:

**Tabel 1.** Analisis SWOT Lumerros Bite

<i>Strengths</i>	<i>Weaknesses</i>	<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
Inovasi <i>churros bite size</i> yang praktis dan mudah dikonsumsi.	Ketersediaan ubi jalar terbatas pada musim tertentu.	Tren makanan sehat dan inovatif di kalangan mahasiswa dan masyarakat.	Persaingan ketat dari segi bentuk, rasa, dan kemasan produk.
Menggunakan ubi jalar kaya <i>betakaroten</i> yang baik untuk kesehatan.	Daya simpan ubi jalar rendah sehingga mempengaruhi pasokan bahan baku.	Pengembangan varian rasa sesuai keinginan pasar meningkatkan kepuasan konsumen.	Perubahan tren pasar dan keinginan konsumen yang cepat.
Saus sudah tersedia dalam <i>churros</i> , memudahkan konsumen saat menikmati produk.	Perlu strategi untuk membangun <i>brand awareness</i> dan kepercayaan konsumen.	Mendukung ekspansi ke segmen pasar yang lebih luas melalui inovasi produk.	Perubahan harga bahan baku yang dapat mempengaruhi biaya produksi.

### B. Segmentasi Pasar

Beberapa hal yang sudah dipertimbangkan untuk menentukan segmentasi pasar Lumerros Bite seperti aspek geografis dan demografis. Pada aspek demografis, target pasar utama dari Lumerros Bite adalah mereka yang menginginkan camilan praktis, inovatif, dan tentunya sehat, khususnya masyarakat umum dan juga mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. Target konsumen Lumerros Bite adalah remaja hingga dewasa atau sekitar usia 17 hingga 30 tahun yang memiliki daya beli yang cukup untuk membeli camilan praktis dan inovatif ini dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah hingga menengah ke atas.

Secara geografis, lokasi pemasaran dan distribusi produk Lumerros Bite fokus di area kampus UPN "Veteran" Jawa Timur dan sekitarnya. Namun bukan berarti tidak memungkinkan Lumerros Bite dapat berekspansi ke wilayah lainnya. Pemilihan segmentasi pasar ini karena mahasiswa dan masyarakat umum sekitar kampus memiliki kebiasaan membeli makanan ringan yang mudah dijangkau dengan harga yang pas dikantong pelajar. Melalui promosi terutama di sosial media, Lumerros Bite bisa mendapatkan pelanggan yang lebih banyak serta jangkauan pasar yang lebih luas.

Dengan segmentasi pasar Lumerros Bite yang terarah dan jelas, Lumerros Bite dapat menyesuaikan bagaimana karakteristik dari target pasar, sehingga produk, harga, dan juga proses promosi yang dilakukan dapat tepat sasaran. Berdasarkan pendekatan STP atau *segmenting, targeting, dan positioning* strategi segmentasi pasar ini dapat membantu perusahaan mengenali siapa target pasar mereka dan bagaimana menempatkan produk agar tampil unggul di benak konsumen (Manggu & Beni, 2021).

### C. Keunikan Produk

Keunikan dari produk Lumerros Bite terletak pada penyajian churros yang berbeda dengan churros pada umumnya yang berbentuk panjang dan harus dicocol ke dalam saus. Lumerros Bite memiliki *size bite* yang lebih praktis tanpa harus mencocol ke sausnya, sehingga lebih higienis dan tidak perlu takut saus tumpah dari wadahnya ketika mencocol churros. Keunikan Lumerros Bite selanjutnya adalah bahan baku yang digunakan yaitu ubi jalar, dan juga varian rasanya yaitu manis dengan saus coklat dan beberapa pilihan lain ke depannya. Kandungan nutrisi pada ubi jalar ini cocok untuk konsumen yang peduli dengan aspek kesehatan dalam memilih camilan untuk sehari-hari.

Pentingnya pengembangan, penciptaan, dan kepemimpinan dalam produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta meningkatkan daya saing bisnis (Taufiq et al., 2020). Lumerros Bite tidak hanya menawarkan camilan yang lezat dan praktis, tetapi juga menjadi solusi bagi gaya hidup sehat untuk konsumen masa kini.

### D. Strategi Promosi

Dalam memasarkan produk Lumerros Bite, kami menerapkan strategi promosi yang sederhana namun cukup efektif, terutama untuk pasar mahasiswa seperti kami sendiri. Mengingat keterbatasan dana dan sumber daya yang kami miliki sebagai mahasiswa, kami memilih pendekatan promosi yang bisa dilakukan secara langsung dan tidak membutuhkan biaya besar.

Media sosial menjadi alat utama dalam strategi promosi kami. Strategi promosi yang kami lakukan untuk memperkenalkan produk Lumerros Bite adalah sebagai berikut:

#### 1. Pemanfaatan Media Sosial (Instagram & WhatsApp)

Kami memanfaatkan platform seperti Instagram untuk membagikan foto dan video produk, testimoni pelanggan, serta promo-promo menarik. Instagram dipilih karena visualnya kuat dan sesuai dengan karakter target pasar kami yang cenderung aktif di media sosial. Selain itu, kami juga menggunakan WhatsApp untuk menjangkau konsumen secara lebih personal, seperti dengan membagikan katalog, menerima pesanan, dan menyebarkan informasi promo di grup-grup perkuliahan.

#### 2. Promosi dari Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Tidak hanya itu, kami juga mengandalkan promosi secara langsung dari mulut ke mulut (*word of mouth*), terutama di lingkungan kampus. Saat perkuliahan berlangsung, kami membawa sampel Lumerros Bite untuk diperkenalkan ke teman-teman sekelas. Strategi ini cukup berhasil karena mahasiswa biasanya tertarik mencoba makanan baru yang praktis dan enak, apalagi jika direkomendasikan oleh teman sendiri. Dengan begitu, informasi tentang produk kami menyebar secara organik.

### 3. Strategi *Visual Branding* Sederhana tapi Menarik

Kami merancang kemasan yang menarik dan simpel agar mudah dibawa dan cocok untuk generasi muda. Serta menyajikan logo dan nama "Lumerros Bite" kami buat seunik mungkin agar mudah diingat.

### E. Potensi Pengembangan

Melihat respons positif dari teman-teman mahasiswa terhadap Lumerros Bite, kami melihat peluang besar untuk mengembangkan produk ini lebih lanjut. Salah satu potensi pengembangan yang pertama adalah dari sisi varian rasa. Saat ini, Lumerros Bite hanya memiliki isian coklat klasik. Ke depan, kami berencana menambahkan pilihan isian lain seperti:

1. Keju
2. Matcha (*green tea*)
3. Stroberi
4. Rasa lokal seperti klepon atau pandan gula merah

Selain itu, dari segi pemasaran, kami ingin memperluas jangkauan promosi tidak hanya di lingkungan kampus, tapi juga ke masyarakat umum. Salah satunya dengan mengikuti bazar UMKM, *event* kampus terbuka, atau bekerja sama dengan kafe lokal sebagai mitra penjualan. Kami juga mempertimbangkan untuk membuat akun TikTok karena platform tersebut memiliki potensi besar dalam membangun tren makanan viral.

Untuk jangka panjang, kami juga ingin mengembangkan sistem pemesanan online yang lebih profesional, seperti menggunakan platform pemesanan makanan atau membuat *website* sederhana untuk memudahkan konsumen memesan produk kami. Dengan begitu, Lumerros Bite bisa terus berkembang, tidak hanya sebagai tugas mata kuliah, tapi juga sebagai peluang bisnis nyata di masa depan.

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap pengembangan produk Lumerros Bite, dapat disimpulkan bahwa produk ini memiliki potensi besar untuk diterima oleh pasar, khususnya kalangan mahasiswa dan masyarakat umum di sekitar kampus. Inovasi pada bentuk dan isi churros menjadikan Lumerros Bite sebagai alternatif camilan praktis yang tidak hanya lezat, tetapi juga memiliki nilai gizi lebih melalui pemanfaatan ubi jalar.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama produk ini terletak pada keunikan bentuk dan kandungan bahan yang lebih sehat, sedangkan kelemahan utamanya adalah ketergantungan pada ketersediaan bahan baku musiman. Peluang besar datang dari tren makanan sehat dan inovatif, sementara tantangan terbesarnya adalah persaingan di

pasar kuliner serta perubahan preferensi konsumen. Strategi promosi yang sederhana namun tepat sasaran, seperti penggunaan media sosial dan pendekatan langsung ke target pasar, terbukti cukup efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Potensi pengembangan produk ini juga sangat terbuka, baik dari segi varian rasa maupun perluasan jangkauan pasar.

### Daftar Pustaka

- Adiaksa, A., & Abadi, S. (2022). Strategi pengembangan produk untuk meningkatkan pendapatan UMKM Sumber Waras Desa Tahunan Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 45–56.
- Ayuniski, S. D., Siddiq, D. M., Sunimah, & Syafriani. (2023). Perencanaan Sumber Daya Manusia, Perencanaan Bisnis dan Kinerja Perusahaan Jasa Konsultan. *Media Edukasi Indonesia*. <https://repo.ugj.ac.id/file/dosen/344981797.pdf>
- Badan Pusat Statistik. (2024, December 23). Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2023. Badan Pusat Statistik. Retrieved June 12, 2025, from <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., & Mousa, M. M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 55–73.
- Ephelia, G. R., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh fokus pelanggan, respon pelanggan, proaktif, inovasi dan pengambilan risiko terhadap kinerja UKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 712–720.
- Fadhillah, R., Indrayanto, D., & Jati, P. (2022). Analisis strategi pemasaran Bumdes Kartika Mandiri Desa Karangemiri Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas. *Rural Tourism and Creative Economy to Develop Sustainable Wellness*.
- Good, G. (2015). Perencanaan sumber daya manusia bisnis dan kinerja. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Grace, M., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, A., & Sunarsi, D. (2022). Strategi pemasaran: Konsep, teori, dan implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hartini, Wardhana, A., & Sudirman, A. (2022). Pengantar Bisnis (Konsep dan Strategi E Business). *Media Sains Indonesia*. [https://www.researchgate.net/profile/HartiniHartini3/publication/372315446\\_DINA\\_MIKA\\_PERSAINGAN\\_BISNIS\\_PERSPEKTIF\\_ETIKA\\_BISNIS/links/64af9a1d8de7ed28ba93debd/DINAMIKA-PERSAINGAN-BISNIS-PERSPEKTIF-ETIKA-BISNIS.pdf](https://www.researchgate.net/profile/HartiniHartini3/publication/372315446_DINA_MIKA_PERSAINGAN_BISNIS_PERSPEKTIF_ETIKA_BISNIS/links/64af9a1d8de7ed28ba93debd/DINAMIKA-PERSAINGAN-BISNIS-PERSPEKTIF-ETIKA-BISNIS.pdf)
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan media sosial terhadap kinerja UMKM fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 739–748.

- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis penerapan segmentasi, targeting, positioning (STP) dan promosi pemasaran sebagai solusi meningkatkan perkembangan UMKM Kota Bengkayang. 27–34.
- Mashuri, S., Sarib, M., Rasak, A., & Alhabsyi, F. (2022). Semi-structured interview: A methodological reflection on the development of a qualitative research instrument in educational studies. *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)*, 12(1), 22–29. <https://doi.org/10.9790/7388-1201052229>
- Miftahudin. (2021). *Pengertian Pengembangan*. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau.
- Mouwn, E. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif*. Rake Sarasin.
- Muhammad Hasan, T. K. H., Hasibuan, S., Thalbah, S. Z., Rakhman, C. U., Ratnaningsih, P. W., Inanna, ... & Rahmat, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.
- Murdiyanto, E. (2020). *Metode penelitian kualitatif (Sistematika penelitian kualitatif)*. Yogyakarta Press. [http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITAI F.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAI_F.docx)
- Mutiara, & Wibowo, I. (2020). Pengaruh kepercayaan, keamanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 10–20.
- Ningsih, D. D., & Maika, M. R. (2020). Strategi bauran pemasaran 4P dalam menentukan sumber modal usaha syariah pedagang pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 693–702.
- Rambe, D. N., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 213–223.
- Sugiono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan penggunaan sistem akuntansi terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 204–220.