

## PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI INOVASI PRODUK UMKM SUSU PERAH MENJADI KERUPUK SUSU UNTUK MENINGKATKAN KEMANDIRIAN DI DESA BOCEK KECAMATAN KARANGPLOSO KABUPATEN MALANG

**Eny Widayawati\*, Rohmahtul Hasanun Cholilan, Dhurotun Nafisah, Elly Ira Rayani, Hernita Cahyani Dwi Putri, Ikhwan Apriansyah, Mochammad Ardiansyah Eka S, Nur Ramadhani J.M, Rafli Rafsanjani, Sahdania Assauma Destia, Suci Ayu Lestari, Suci Fitriani**

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

\*Koresponden penulis: eny.widayawati@unisma.ac.id

### Abstrak

Provinsi Jawa Timur selama ini terkenal akan potensi sapi perahnya, tidak terkecuali Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Selama ini susu perah yang dihasilkan selalu disetorkan ke KUD kemudian dikirim ke Pabrik Besar (Nestle). Untuk lebih memberdayakan potensi Produk UMKM dan sekaligus meningkatkan kemandirian desa, maka dilakukanlah sosialisasi pelatihan dan pendampingan inovasi produk susu menjadi produk olahan berupa kerupuk susu. Kerupuk susu bisa menjadi produk khas dari Desa Bocek Karang ploso dan bisa menjadi produk oleh-oleh bagi wisatawan yang berlibur ke kota Batu karena wilayah Karangploso lokasinya bersebelahan dengan Kota Batu. Metode yang digunakan dalam pemberdayaan UMKM ini adalah dengan melakukan sosialisasi potensi inovasi produk baru berupa krupuk susu kemudian mengadakan pelatihan dan pendampingan pembuatan kerupuk susu bersama Ibu-Ibu PKK serta dilanjutkan dengan sosialisasi bagaimana pemasarannya, terutama difokuskan pada digital Marketing.

### Kata Kunci:

Kerupuk Susu; Inovasi Produk; UMKM

### PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Timur selama ini terkenal akan potensi sapi perahnya, bahkan telah menjadi salah satu sentra sapi perah nasional. Salah satu daerah yang juga menyumbang pasokan susu dari sapi perah adalah Desa Bocek, yang terletak di Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang. Diketahui, unit sapi perah dari desa ini memiliki potensi dengan profit yang terbilang bagus. Bahkan menempati urutan dua teratas dari ranking keuntungan unit di KUD Karangploso. Hingga kini, jumlah peternak sapi perah di Bocek kian bertambah setiap waktunya. Bahkan bisa menjadi pemasok bagi salah satu pabrik besar yang memproduksi berbagai produk susu yaitu Nestle. Stok susu dari KUD Karangploso diambil per hari oleh Nestle. Adapun untuk jumlahnya mencapai 6 ton per hari, yang dikumpulkan di pos penampungan susu desa pada pagi hari (06.15-07.15 WIB) dan sore hari (15.30-16.15 WIB) dengan rupiah yang disetorkan Rp 5600/liter. (Dyah, Erika 2021).

Melihat melimpahnya potensi susu sapi perah dari Karangploso, penulis berharap agar potensi susu dari sapi perah yang ada di wilayah ini dapat terus dikembangkan salah satunya dengan mengusahakan bagaimana susu yang melimpah itu bisa dijual tidak hanya susunya saja tapi juga sebagai produk olahan. Produk olahan ini, selain membantu memberdayakan masyarakat lebih mandiri juga bisa menjadi produk cirikhas dari Desa Bocek. Untuk itu para peternak harus memperhatikan kualitas kandang, kesehatan ternak, pakan, pemeliharaan, serta SDM dari para peternak itu sendiri.

Susu merupakan bahan pangan yang mempunyai nilai gizi tinggi karena mempunyai kandungan nutrisi yang lengkap seperti laktosa, lemak, protein, berbagai vitamin dan mineral. Meskipun susu berperan penting sebagai bahan pangan strategis dalam menunjang pembangunan nasional khususnya dalam penciptaan sumber daya manusia yang berkualitas, namun konsumsi susu masyarakat Indonesia saat ini masih rendah jika dibandingkan negara Asia lainnya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat konsumsi susu masyarakat Indonesia tahun 2020 masih berkisar 16,27 kg per kapita/tahun, masih lebih rendah dibandingkan dengan Negara tetangga seperti Vietnam yang mencapai 20 kg/ perkapita/tahun atau Malaysia sekitar 50 kg/ perkapita/ tahun. (ditjenpkh.pertanian.go.id, 2021). Penyebab rendahnya konsumsi susu masyarakat Indonesia diantaranya, faktor pola hidup dan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi susu yang masih rendah. Selain itu ada sebagian masyarakat yang kurang menyukai susu karena baunya yang amis. Berbagai upaya terus digalakkan untuk meningkatkan konsumsi susu masyarakat Indonesia, salah satu diantaranya adalah melalui inovasi produk.

Bagi masyarakat yang kurang menyukai susu dikarenakan baunya yang amis bisa disiasati dengan pengolahan produk susu menjadi produk lain. Produk olahan susu tidak lagi hanya diarahkan pada pengolahan minuman untuk pemenuhan gizi masyarakat melainkan telah bergeser ke arah inovasi produk olahan susu untuk makanan ringan (nugget susu, permen susu, stick susu, kerupuk susu) dan kecantikan (sabun susu, masker susu dan lotion susu). Inovasi produk olahan susu mutlak dilakukan untuk meningkatkan nilai ekonomis produk disamping untuk menumbuhkan lapangan kerja baru berbasis pemberdayaan di pedesaan, seperti di Desa Bocek Karangploso.

Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Batu memberikan peluang yang cukup menjanjikan dalam pemasaran produk yang dihasilkan sehingga kekhasan produk olahan susu yang dihasilkan diharapkan mampu menjadikan produk oleh-oleh khas Malang, Khususnya dari Desa Bocek, Karangploso. Karena wilayah Karangploso ini selalu menjadi tempat yang dilewati bagi wisatawan yang mau berkunjung ke Batu. Sehingga hal ini bisa menjadi peluang yang menjanjikan bagi Desa Bocek.

Maka berdasarkan latar belakang diatas tim pengabdian telah melakukan riset di Desa Bocek yang merupakan desa penghasil susu perah. Susu perah tersebut langsung ditampung ke KUD dan disalurkan ke perusahaan. Untuk meningkatkan nilai tambah dan memberikan peluang usaha bagi masyarakat Desa

Bocek khususnya ibu-ibu PKK maka penulis ingin membuat inovasi baru yaitu pembuatan kerupuk susu yang bahan utamanya merupakan susu yang dihasilkan dari Desa Bocek itu sendiri. Kemudian dilakukan juga peningkatan SDM melalui pemasaran yakni sosialisasi tentang digital marketing.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk kerupuk susu di Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang ini memiliki tujuan: (a) Menciptakan produk UMKM di desa Bocek khususnya bagi Ibu-ibu PKK penghasil susu perah untuk diolah menjadi suatu produk baru yang memiliki nilai jual dan mampu menambah penghasilan masyarakat sehingga dampaknya akan memberikan kesejahteraan bagi masyarakat Desa Bocek; (b) Melakukan sosialisasi peningkatan SDM dalam bidang pemasaran melalui sosialisasi *digital marketing*.

Dalam perekonomian Indonesia UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah diatur dalam payung hukum. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil didefinisikan sebagai usaha perorangan. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

Kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

1. Usaha Mikro asetnya Maks. 50 Juta dan omset Maks. 300 Juta
2. Usaha Kecil asetnya antara 50 Juta – 500 Juta dan omset antara 300 Juta – 2,5 Miliar
3. Usaha Menengah asetnya antara 500 Juta – 10 Miliar dan omsetnya antara 2,5 Miliar – 50 Miliar

(Sumber: Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012)

Menurut UU No.20 Tahun 2008 Pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yaitu:

1. Usaha Mikro adalah Usaha Produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil

atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Mahidin dalam Kurniawan dan Fauziah (2014) mengemukakan bahwa pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang atau kelompok sehingga mampu melaksanakan tugas dan kewenangannya sebagaimana tuntutan kinerja tugas tersebut. Pemberdayaan merupakan proses yang dapat dilakukan melalui berbagai upaya, seperti pemberian wewenang, meningkatkan partisipasi, memberikan kepercayaan sehingga setiap orang atau kelompok dapat memahami apa yang akan dikerjakannya, yang pada akhirnya akan berimplikasi pada peningkatan pencapaian tujuans ecara efektif dan efisien.

Konsep pemberdayaan yang dilakukan bertujuan pada pemberdayaan bidang ekonomi dan bidang sosial, dengan maksud kelompok sasaran dapat mengelola usahanya, kemudian memasarkan dan membentuk siklus pemasaran yang relatif stabil dan agar kelompok sasaran dapat menjalankan fungsi sosialnya kembali sesuai dengan peran dan tugas sosialnya. Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Keberdayaan masyarakat itu sendiri menjadi sumber dari apa yang di dalam wawasan politik disebut sebagai ketahanan nasional. Artinya apabila masyarakat memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, maka hal tersebut merupakan bagian dari ketahanan ekonomi nasional (Rukminto dalam Kurniawan dan Fauziah, 2014).

Pada Bab II pasal 5 UU No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Tujuan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah:

1. Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan
2. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan Usah Mikro, Kecil dan Menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri
3. Meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan

Inovasi produk berkaitan erat dengan peluncuran produk. Salah satu bentuk dari inovasi produk adalah adanya produk baru. Produk baru meliputi produk orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan (Haryono dan Marniyati dalam Pattipeilohy , 2018). Oleh karena itu perusahaan terutama UMKM dituntut untuk mampu menciptakan penilaian-penilaian baru, ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja layanan yang memuaskan pelanggan.

Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari manajemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang superior (Utaminingsih, 2016).

Menurut Sukarmen dalam Pattipeilohy, 2018 Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Bagi perusahaan kecil dan menengah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dan upaya untuk melakukan inovasi produk merupakan fungsi penting dari pihak manajemen suatu perusahaan karena inovasi produk dapat menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas (Nasir, 2017). Oleh sebab itu, untuk memenangkan persaingan perusahaan atau UMKM harus melakukan inovasi. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen (Masda dalam Pattipeilohy, 2018).

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan penulis dengan mendatangi lokasi langsung dan melakukan observasi di Desa Bocek Kecamatan Karangploso yang merupakan salah satu penghasil susu perah. Dari hasil observasi diketahui bahwa selama ini produk susu Desa Bocek langsung dijual ke Perusahaan. Setelah itu penulis mengajak masyarakat setempat khususnya ibu-ibu PKK melalui sosialisasi Pemberdayaan UMKM dengan melakukan inovasi produk susu menjadi produk olahan berupa kerupuk susu dengan tujuan untuk menambah penghasilan masyarakat sekitar sehingga tujuan akhirnya adalah menjadi Desa Mandiri. Masyarakat menyetujui dan sangat antusias untuk mencoba membuat kerupuk susu tersebut dengan mendatangi lokasi pelaksanaan pelatihan produk kerupuk susu yang telah ditentukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Masyarakat Desa Bocek Kecamatan Karangploso memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan. Salah satunya yaitu UMKM usaha peternakan susu perah. Dimana usaha susu perah ini selain diambil dagingnya, susunya setiap hari juga di setorkan ke KUD untuk selanjutnya dikirim ke perusahaan besar. Selama ini susunya langsung dikirim tanpa diolah dahulu. Untuk meningkatkan potensi masyarakat, maka penulis mengajak masyarakat desa Bocek untuk melakukan inovasi produk dan meningkatkan nilai jual produk susu dengan cara mengolahnya menjadi produk baru yang belum ada di Desa Bocek, yaitu krupuk susu.

Kerupuk merupakan camilan yang sangat disukai oleh semua lapisan masyarakat Indonesia. Beberapa kelebihan dari kerupuk susu adalah pembuatannya yang sangat mudah, mampu menambah nilai gizi dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dengan memberikan lapangan pekerjaan. Kerupuk susu ini bisa menjadi potensi yang baik mengingat kecamatan karangploso lokasinya bersebelahan dengan kota wisata Batu. Keadaan ini merupakan peluang untuk memasarkan produknya sebagai makanan khas dari Desa Bocek untuk para pelancong yang akan melakukan perjalanan ke kota Batu.

Bahan yang digunakan untuk membuat kerupuk susu adalah susu sapi segar, tepung tapioka, tepung terigu, bawang putih, garam, dan penyedap rasa. Tahap pembuatan kerupuk susu diawali dengan menyiapkan alat dan bahan berupa wadah yang besar untuk mencampur bahan, plastik untuk membungkus, dan panci untuk mengukus serta merebus. Pertama susu segar di rebus kemudian di dinginkan selama kurang lebih 15 menit. Setelah dirasa cukup dingin, susu dituang kedalam campuran tepung, bawang putih yang telah dihaluskan, garam, dan penyedap rasa sambil diaduk perlahan hingga adonan menjadi kental. Selanjutnya adonan dimasukkan kedalam plastik yang berbentuk lonjong kemudian dikukus selama kurang lebih satu jam. Setelah dikukus adonan tadi di dinginkan pada suhu ruang selama dua jam. Setelah itu, adonan tadi di iris tipis seperti kebanyakan krupuk. Potongan adonan kemudian dijemur dibawah sinar matahari selama satu hingga dua hari sebelum akhirnya bisa digoreng menjadi kerupuk siap makan. Kerupuk susu ini bisa juga dipasarkan dalam bentuk mentah.

Berikut ini merupakan lampiran dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh penulis.



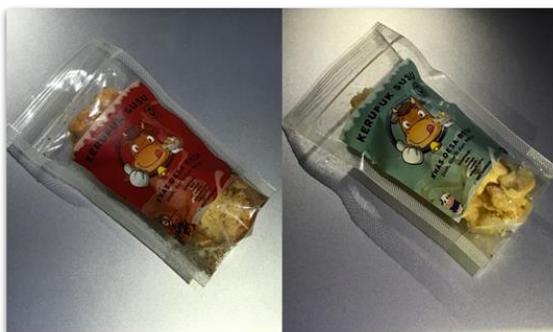
**Gambar 1.** Tahapan Pembuatan Kerupuk Susu

Pada gambar diatas merupakan tahapan pembuatan kerupuk susu yang dikerjakan oleh penulis dan beberapa masyarakat setempat. Pada gambar diatas kami berbagi tugas untuk mengerjakan kerupuk tersebut. Bahan utama pembuatan kerupuk tersebut tentunya susu perah dari Desa Bocek dan tepung tapioka. Setelah bahan tersebut sudah dicampurkan dan sudah menjadi adonan yang tepat, adonan tersebut sudah bisa digoreng dan disajikan.



**Gambar 2.** Kerupuk susu yang telah digoreng

Gambar diatas merupakan tampak dari kerupuk yang sudah jadi. Kerupuk tersebut bisa menemani aktivitas masyarakat, bisa dimakan saat santai ataupun sebagai cemilan ketika makan nasi. Walaupun bahan utamanya dari susu, kerupuk tersebut tidaklah eneg, pastinya kerupuk tersebut gurih dan renyah seperti halnya kerupuk pada umumnya. Setelah dilakukan pelatihan pembuatan kerupuk susu, kemudian disosialisasikan juga bagaimana pengemasan dan pemasarannya.



**Gambar 3.** Kemasan produk kerupuk susu

Pada gambar 3 diatas merupakan contoh kemasan dari kerupuk susu. Dengan kemasan yang seperti diatas diharapkan dapat membuat calon konsumen tertarik untuk membelinya. Kemasan tersebut sangatlah aman dan terhindar dari masukan angin yang membuat kerupuk menjadi melempam. Kemudian ditambahkan pula desain kemasan yang menarik yang berupa gambar sapi agar calon konsumen kerupuk susu tersebut mengetahui bahwa bahan utama kerupuk tersebut merupakan susu perah. Untuk pemasarannya bisa dilakukan melalui Offline maupun Online. Pemasaran Offline bisa langsung dibawa ke pasar atau ke toko-toko kelontong, sedangkan pemasaran yang Online bisa melalui media sosial (Facebook, Instagram, Tiktok shop) maupun melalui marketplace (Shopee, Tokopedia).



Gambar 4. Foto bersama masyarakat setempat

Pada gambar terakhir diatas merupakan foto tim pengabdian bersama masyarakat pelatihan inovasi produk kerupuk susu. Partisipan terlihat sangat antusias dan termotivasi untuk memproduksi kerupuk susu karena dapat meningkatkan penghasilan serta mampu membuka peluang usaha baru, khususnya bagi Ibu-Ibu PKK Desa Bocek Karangploso. Pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif secara berkelanjutan bagi warga desa Bocek Karangploso Malang.

## KESIMPULAN

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa Desa Bocek merupakan salah satu desa di Kabupaten Malang yang memiliki potensi susu perah yang besar. Untuk memberdayakan UMKM susu perah di Desa tersebut, maka dilakukan pelatihan dan pendampingan inovasi produk susu menjadi Kerupuk Susu. Kerupuk susu bisa menjadi produk unggulan dari desa Bocek yang bisa dikonsumsi sendiri maupun sebagai oleh-oleh mengingat letak desa Bocek, Kecamatan Karangploso lokasinya bersebelahan dengan kota Batu sebagai kota wisata. Pelatihan ini dilakukan dengan cara mensosialisasikan potensi produk kerupuk susu, mendemostrasikan bagaimana cara pembuatannya dan mengajak masyarakat mempraktekkan langsung, dan yang terakhir memberikan sosialisasi bagaimana pemasarannya, khususnya tentang digital Marketing. Ibu-Ibu sangat antusias dalam mengikuti pelatihan ini, terbukti dengan banyak ibu-ibu mendatangi lokasi pelatihan dan juga ikut serta dalam pembuatan kerupuk susu. Setelah hasil dari olahan susu berhasil menjadi kerupuk mereka pun siap membuka UMKM baru dengan judul produk Kerupuk Susu Perah. Kegiatan UMKM tersebut dilakukan di Desa Bocek dan akan terus dikembangkan dengan target pasar seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Universitas Islam Malang, yang telah memberikan kesempatan untuk dapat melakukan program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada warga dan segenap

jajaran Pemerintah Desa Bocek, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang yang telah memberikan sambutan baik terhadap pelaksanaan berbagai kegiatan yang dilakukan. Terakhir, ucapan terima kasih disampaikan kepada para ibu-ibu PKK pemilik UMKM susu perah Desa Bocek Karangploso yang telah memberikan kesempatan untuk bisa berkontribusi dalam pengembangan usaha produk susu tersebut.

## DAFTAR RUJUKAN

- Erika, Dyah. 2021. Produksi Susu 6 Ton/Hari, Peternak Desa Bocek Hasilkan PuluhanJuta. Di akses pada 09 September 2022 pada <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5488356/produksi-susu-6-tonhari-peternak-desa-bocek-hasilkan-puluhan-juta>.
- Kurniawan, Ferry Duwi dan Fauziah, Luluk. 2021. EMPOWERMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) FORPOVERTY REDUCTION. *JKMP(ISSN. 2338-445X)*, Vol. 2, No. 2, September2014, 103-220.
- Kusumo, Agung R W. 2010. Analisis factor faktor yang Mempengaruhi inovasi produk untuk Meningkatkan keunggulan bersaing Dan kinerja pemasaran (studi pada industri batik skala besar dan sedang Di kota dan kabupaten pekalongan). *Tesis*. eprints.undip.ac.id
- Masda. P. G. (2013) Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh. *ejournal.unp.ac.id*
- Nasir. A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 5. No. 1
- NN. 2021. Kementan Berkomitmen Kembangkan Produksi Susu Segar Dalam Negeri. Diakses 08 September 2022, pada [https://ditjenpkh.pertanian.go.id/berita/1340-kementan-berkomitmen-kembangkan-produksi-susu-segar-dalam-negeri#:~:text=Menurut%20Badan%20Pusat%20Statistik%20\(BPS,50%20kg%2F%20kapita%2Ftahun](https://ditjenpkh.pertanian.go.id/berita/1340-kementan-berkomitmen-kembangkan-produksi-susu-segar-dalam-negeri#:~:text=Menurut%20Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS,50%20kg%2F%20kapita%2Ftahun).
- NN. 2022. PIP Dukung Penguatan Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Indonesia. Di akses 09 September 2022, pada <https://pip.kemenkeu.go.id/id/data-publikasi/berita-terbaru/123-pip-dukung-penguatan-kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-indonesia.html#:~:text=Berdasarkan%20data%20Kementerian%20Koperasi%20dan,senilai%20Rp%208.573%2C89%20triliun>.
- Pattipeilohy, victor ringhard. 2018. Inovasi produk dan keunggulan bersaing: pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran ((studi pada usaha nasi kuning di kelurahan batu meja kota ambon). *Jurnal maneksi* vol 7, no. 1
- Republik Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta : Sekretariat Negara
- Utaminingsih. A. (2016) Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan

Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 31. No. 2  
UU No.20 Tahun 2008 Pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

