

PENGEMBANGAN UMKM MADUMONGSO MELALUI MANAJEMEN USAHA DAN LEGALITAS USAHA

Mira Meilia Marka¹, Noor Azis², Mia Ajeng Alifiana³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus
Email: mira.meilia@umk.ac.id

Abstrak. Pelaksanaan PKM ini merupakan upaya pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah produk madumongso untuk dapat meningkatkan daya saing sebagai produk makanan khas daerah yang diminati para konsumen melalui perbaikan manajemen usaha dan legalitas usaha. Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi kedua mitra tersebut, upaya yang dapat dilakukan adalah perbaikan manajemen usaha melalui aspek pemasaran, aspek produksi, aspek keuangan serta aspek legalitas usaha dan produk. Target khusus dari kegiatan PKM ini adalah 1) perbaikan manajemen usaha melalui peningkatan strategi pemasaran, perbaikan proses produksi dan kerapian pencatatan keuangan; 2) serta adanya kepemilikan legalitas usaha dan produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Solusi yang diberikan pada permasalahan aspek pemasaran adalah perluasan jangkauan pasar secara offline pada toko dan minimarket sekitar, serta pemanfaatan teknologi informasi pemasaran online melalui e-marketplace dan aplikasi social media. Selain itu penggunaan merk dalam wujud sticker/ label juga membantu memperluas pangsa pasar. Penyelesaian masalah pada aspek produksi dilakukan melalui penerapan teknologi tepat guna berwujud alat produksi yang berupa mesin pengaduk (mixer) dan mesin pamarut kelapa. Selain itu penciptaan inovasi produk melalui variasi rasa dan bahan baku dalam pembuatan produk madumongso yang ditunjang dengan kemasan yang lebih menarik dan berdaya saing dapat membantu penyelesaian masalah pada aspek produksi. Aspek keuangan, penyelesaian masalah dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam pencatatan transaksi keuangan baik pemasukan maupun pengeluaran untuk dapat menghasilkan pembukuan keuangan sederhana, sehingga dapat mengetahui laba rugi usaha secara terukur per periode tertentu. Terakhir adalah penyelesaian masalah mitra pada aspek legalitas usaha yang dilakukan melalui sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan pengurusan legalitas usaha dan produk.

Kata Kunci : UMKM Madumongso; Pemasaran; Keuangan; Produksi; Legalitas.

PENDAHULUAN

Desa Ngembalrejo adalah salah satu desa yang berkembang di Kecamatan Bae. Sebagian besar masyarakat Kecamatan Bae bekerja di bidang industri pengolahan dengan persentase sebesar 36,81 persen atau sepertiga dari jumlah penduduk yang bekerja (Badan Pusat Statistik Kudus, 2016).

Sebelumnya sebagian besar masyarakat bekerja di industri rokok PT. Jambu Bol. Namun, saat perusahaan tersebut sudah tidak beroperasi, maka kehidupan masyarakat sekitar mengalami perubahan yang signifikan. Masyarakat menjadi kehilangan tumpuan dalam perekonomian, di sisi lain masyarakat harus tetap bertahan hidup dengan keterbatasan mereka. Hal inilah yang mendorong sebagian masyarakat untuk mulai berwiraswasta melalui industri rumahan, yang kebanyakan bergerak di bidang produksi makanan ringan, termasuk madumongso.

Di Desa Ngembalrejo hampir sebagian besar warga memproduksi madumongso, terutama saat menjelang lebaran. Namun, hanya beberapa UMKM yang mampu bertahan konsisten dalam memproduksi madumongso, baik di saat menjelang lebaran, maupun di hari-hari biasa. UMKM tersebut diantaranya adalah usaha madumongso milik Ibu Roja'ah dan Ibu Sunarti.

UMKM milik Ibu Roja'ah telah berdiri sejak tahun 1990, dengan proses pembuatan madumongso menggunakan metode dan peralatan yang sangat sederhana, yaitu dengan alat utama untuk mengaduk berupa wajan dan kompor. Untuk menghasilkan madumongso dari proses awal hingga pengemasan, memerlukan waktu kurang lebih selama 5 hari.

Proses pembuatan madumongso terbilang cukup rumit dan membutuhkan keahlian khusus. Untuk menjalankan usahanya Ibu Roja'ah dibantu oleh anak dan menantunya. Dalam proses pemotongan adonan menjadi ukuran kecil hingga pengemasan, dilakukan oleh tenaga lain yang masih memiliki hubun-

gan kerabat. Proses ini dilakukan di tempat tinggal masing-masing, kemudian setelah proses pengemasan selesai, produk diserahkan ke produsen. Madumongso Ibu Roja'ah yang berbahan dasar ketan hitam dijual dengan harga Rp70.000,00 per kg.

Pada hari-hari biasa, Ibu Roja'ah hanya membuat madumongso saat terdapat pesanan khusus, seperti untuk acara hantaran nikahan atau lamaran. UMKM ini masih memerlukan pendampingan dalam manajemen usaha diantaranya dari segi pemasaran, produksi, dan keuangan, serta dari sisi legalitas usaha. Dari aspek pemasaran, UMKM ini belum mampu mengembangkan pasar yang lebih luas, karena masih terpaku pada pemasaran masyarakat sekitar. Hasil penelitian dari Agusetyaningrum (2016) menyatakan bahwa pameran dan media sosial merupakan teknik pemasaran yang sangat membantu pelaku UMKM. Dari aspek keuangan, tampak bahwa selama 17 tahun UMKM ini belum memiliki pencatatan pembukuan yang baik. Dari aspek produksi juga masih menggunakan peralatan dapur yang sederhana, sehingga diperlukan penerapan inovasi teknologi tepat guna dalam meningkatkan produktivitas usaha. Sedangkan dari sisi legalitas usaha yang merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha, saat ini UMKM Ibu Roja'ah belum mempunyai legalitas usaha. Meskipun sebelumnya Ibu Roja'ah pernah mendaftarkan produknya dan memiliki nomor PIRT, tetapi sekarang ijin usaha tersebut sudah tidak berlaku lagi, karena tidak dilakukan perpanjangan.

Mitra PKM kedua adalah UMKM madumongso milik Ibu Sunarti yang letaknya tidak jauh dari lokasi UMKM Ibu Roja'ah, yang merupakan produsen madumongso yang masih bertahan hingga saat ini. Dalam mengembangkan usahanya, Ibu Sunarti dibantu oleh putri, saudara, dan tetangganya.

UMKM milik Ibu Sunarti hanya memproduksi madumongso dua bulan sekali saat hari biasa, teruma untuk dipasarkan ke salah

satu toko oleh-oleh di Kudus. Selain melakukan pemasaran rutin ke toko tersebut, Ibu Sunarti juga melayani pesanan khusus jika ada warga yang membutuhkan produknya baik di hari-hari biasa maupun saat menjelang lebaran.

Permintaan produk madumongso menjelang lebaran melonjak drastis, sehingga tidak mampu memproduksi dalam jumlah besar dan cepat, karena terbatasnya tenaga kerja dan peralatan yang sederhana. Ketidakmampuan pemenuhan permintaan pasar saat menjelang lebaran secara full, juga dikarenakan proses pembuatan madumongso yang membutuhkan waktu lama, karena proses dimulai dengan pembuatan tape terlebih dahulu. Hal tersebut disiasati dengan membuat stok madumongso lebih banyak kurang lebih mulai dua bulan menjelang lebaran.

Masalah yang dihadapi oleh UMKM madumongso adalah dari segi manajemen usaha dan legalitas usaha. Dari segi manajemen usaha tersebut meliputi aspek pemasaran, keuangan dan produksi. Secara rinci masalah yang terjadi adalah terbatasnya pangsa pasar produk madu mongso khususnya saat hari biasa. Sedangkan pada saat menjelang lebaran produsen tidak mampu mengatasi permintaan konsumen dengan cepat karena terbatasnya peralatan produksi dan tenaga kerja dalam proses pembuatan madumongso. Selain itu, produsen perlu meningkatkan inovasi produknya agar semakin berdaya jual, sehingga dapat menarik konsumen lokal maupun luar daerah. Dan UMKM diharap lebih “melek” hukum, agar usahanya dapat bersaing di tengah era global.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan manajemen dan legalitas usaha, agar produk madumongso yang dihasilkan mitra dapat lebih berdaya saing, dengan memberi solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi sebagai berikut. 1) Aspek pemasaran: terbatasnya pangsa pasar dan kurangnya pemanfaatan teknologi informasi dalam media

pemasaran. 2) Aspek produksi: kurangnya kemampuan dalam membuat variasi produk serta peralatan yang digunakan masih sederhana. 3) Aspek keuangan: terbatasnya pemahaman dan aplikasi pembukuan sederhana dalam usahanya. 4) Aspek legalitas: belum adanya legalitas usaha dalam produk madumongso.

METODE

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan manajemen usaha dan legalitas usaha mitra, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk madumongso meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa tahap yang dilaksanakan adalah :

Survei dan Pengumpulan Data

Tim melakukan survei lapangan untuk mengetahui kondisi, dan mengumpulkan data serta informasi terkait permasalahan, agar dapat memberikan solusi yang tepat kepada mitra PKM. Tim dengan mitra PKM melakukan diskusi untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan mitra dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi.

Design dan Penggunaan Merk

Guna memperkuat pemasaran produk baik secara offline maupun online, mitra didedukasi akan pentingnya penggunaan merk dalam memperkenalkan produk madumongso ke pasar, meskipun hanya melalui sticker/ label yang ditempelkan di kemasan. Setelah edukasi tersebut dapat diterima, mitra didampingi dalam penentuan, design, dan pencetakan merk yang akan digunakan pada produknya dalam bentuk sticker/ label.

Perluasan Pangsa Pasar

Mitra diberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam memasarkan produk secara offline maupun online. Pemasaran online yang dimaksud adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasi social media yakni melalui: 1) e-marketplace; 2) aplikasi

Facebook.

Kegiatan tersebut di atas dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar, dengan memasarkan produk melalui toko dan minimarket, serta dimilikinya keterampilan memasarkan produk secara online.

Pembukuan Keuangan Sederhana

Mitra diberikan edukasi, pelatihan dan pendampingan dalam penerapan pembukuan keuangan sederhana di usahanya. Materi pelatihan ini meliputi pencatatan transaksi keuangan baik pengeluaran maupun penerimaan.

Tujuan pelatihan ini adalah agar mitra memiliki pemahaman terhadap konsep dasar pembukuan keuangan sederhana, sehingga mitra memiliki catatan keuangan terkait transaksi pengeluaran maupun penerimaan dengan rapi, dan akhirnya mitra dapat mengetahui laba rugi usaha per periode tertentu.

Inovasi Produk

UMKM diberi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan melalui peningkatan keterampilan dalam melakukan inovasi produk madumongso, melalui varian rasa, varian penggunaan bahan utama, varian ukuran, serta varian kemasan.

Mitra mencoba varian rasa baru dengan penambahan rasa yang berbeda dari pesaingnya, seperti rasa jahe, sirsak, dll. Inovasi juga diciptakan dengan mensubstitusi bahan baku utama madumongso yaitu ketan hitam dengan bahan lainya seperti ketan putih ataupun ketela. Varian ukuran diciptakan sesuai dengan bentuk kemasan, sedangkan untuk pengemasan produk madumongso dibuat yang aman bagi makanan dan menarik konsumen.

Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Proses produksi madumongso selama ini masih menggunakan peralatan sederhana, berupa wajan dan kompor yang digerakkan dengan tenaga manusia. Oleh karena itu penerapan teknologi tepat guna diperlukan dalam peningkatan proses produksi madumongso.

Tim PKM melakukan proses design dan

inovasi teknologi tepat guna untuk proses produksi madumongso, melalui penciptaan peralatan pendukung produksi berupa mesin pengaduk (mixer) yang digerakkan dengan tenaga listrik. Selain itu, mitra juga diberikan mesin parut kelapa bertenaga listrik.

Legalitas Usaha

Kedua mitra PKM ini belum memiliki legalitas usaha, sehingga perlu diadakan sosialisasi akan pentingnya legalitas tersebut, dan pendampingan dalam pengurusannya.

Sosialisasi dilakukan dengan berbagi pengetahuan tentang legalitas UMKM, mulai dari ijin usaha pendirian usaha, hingga sertifikasi produk yang dibutuhkan oleh UMKM. Dengan sosialisasi ini diharapkan mitra paham akan pentingnya legalitas dalam suatu usaha, dan mulai mengurus kepemilikan legalitas usahanya tersebut.

Selain itu tim PKM juga melakukan pendampingan terhadap kedua mitra dalam pengurusan legalitas usaha. Dan hasilnya adalah diperolehnya legalitas usaha berupa I-UMK, TDI, dan P-IRT.

Setelah diperolehnya ketiga legalitas usaha tersebut, diharapkan usaha mitra dapat lebih bersaing di tengah era global, serta dipercaya konsumennya sebagai produk yang baik dan layak untuk dikonsumsi masyarakat luas.

Partisipasi Mitra PKM

Kedua mitra produk madumongso dhi. Ibu Roja'ah dan Ibu Sunarti turut berperan aktif dalam pelaksanaan program. Mitra tidak hanya menjadi objek tetapi sebagai subjek dalam seluruh kegiatan. Adapun peran aktif mitra diantaranya adalah: (a) Sebagai penyedia tempat untuk seluruh kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. (b) Dalam penerapan pemasaran baik melalui offline maupun online. (c) Dalam penerapan teknologi tepat guna, serta menambah varian produk. (d) Dalam perapian pencatatan transaksi keuangan, melalui penyusunan pembukuan sederhana. (e) Dalam pengurusan kepe-

milikan legalitas usaha, mulai dari pemenuhan syarat-syaratnya, sampai dengan mengikuti pelatihan, dan kesiapan menerima kunjungan dari Instansi terkait, hingga legalitas usaha diperoleh. (f) Dalam merencanakan program, penjadwalan kegiatan, partisipasi dalam pelatihan sampai pada tahap uji coba dan evaluasi program.

Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi pelaksanaan program dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Adapun evaluasi program yang dilakukan memiliki tujuan untuk membandingkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemukan solusi terhadap hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan program

HASIL DAN PEMBAHASAN

PKM ini menghasilkan kegiatan yang telah dilakukan sesuai rencana kegiatan, dengan rincian sebagai berikut.

Design dan Penggunaan Merk

Menurut Hadyati (2008) pemasaran merupakan masalah utama yang dimiliki oleh UMKM, yakni terkait persaingan pasar dan produk, akses terhadap informasi pasar dan kelembagaan pendukung usaha kecil. Kegiatan PKM ini diharapkan menjadi solusi masalah tersebut, salah satunya dengan menggunakan merk pada produk yang dimiliki produsen, sehingga produk dapat dikenal konsumen dan akhirnya dapat bersaing di pasar.

Setelah edukasi, pelatihan dan pendampingan yang diberikan tim PKM kepada mitra dapat diterima, maka diperoleh merk yang akhirnya dipasang di kemasan produk madumongso seperti yang tampak pada gambar berikut.



Gambar 1. Design Merk Mitra

Perluasan Pangsa Pasar

Menurut Mia Ajeng A (2018), pelatihan pemasaran yang lebih memadai adalah melalui pengenalan *e-commerce* atau *market place* dan *social media* sebagai salah satu sarana pemasaran. Sedangkan Wijaya dan Jasfar (2014) menyatakan bahwa dewasa ini jumlah pengguna internet mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga menarik para produsen untuk memanfaatkan media ini dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

Media pemasaran online memudahkan konsumen dalam menjangkau para produsen. Media pemasaran online yang diperkenalkan kepada mitra PKM melalui pelatihan adalah *e-marketplace* dan media sosial melalui *facebook*. Sebelum dilaksanakan kegiatan ini, para pengusaha hanya mengandalkan promosi melalui “getok tular.”

Untuk memudahkan konsumen mengenali produk madumongso masing – masing mitra maka dibuatlah sebuah nama untuk menjadi akun dalam pemasaran online dengan jejaring facebook yaitu Fairuz Madumongso dan Rojaah Madumongso. Melalui pemanfaatan teknologi pemasaran yang lebih modern mitra PKM dapat lebih mudah menginformasikan produknya ke masyarakat luas dan menambah jejaring dengan para konsumen.



Gambar 2. Media Pemasaran Online

Pembukuan Keuangan Sederhana

Berdasarkan observasi lapangan dan wawancara kepada mitra PKM diperoleh hasil bahwa sebelum adanya kegiatan ini, mitra tidak memiliki pembukuan keuangan. Selain itu tidak adanya nota-nota pembelian mengakibatkan keuntungan yang diperoleh mitra tidak bisa diketahui dengan mudah.

Tim memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dalam perbaikan administrasi keuangan dengan cara memperkenalkan manfaat pembuatan rekap penjualan pada format yang sederhana sehingga mudah dipahami dan diterapkan, serta penggunaan nota atas produk yang telah dibeli oleh konsumen. Pendampingan diberikan dalam administrasi keuangan agar lebih tertata dan mendeteksi keuntungan serta kerugian yang diperoleh.

Inovasi Produk

Sosialisasi, dan pelatihan dalam inovasi produk dilakukan melalui inovasi varian rasa, varian bahan baku utama, varian ukuran serta kemasan yang diikuti oleh kedua mitra, dan warga produktif sekitar. Dan pendampingan dilakukan terhadap kedua mitra untuk inovasi tersebut di atas.

Varian rasa menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk madumongso yang biasanya hanya terdiri dari satu jenis rasa atau rasa original. Kemudian para pelaku usaha mencoba untuk menambah varian rasa produk madumongso dengan rasa jahe dan

sirsat. Kemudian dari bahan dasarnya, madumongso diproduksi dengan berbahan ketan putih dan ketela.

Produk madumongso eksisting dijual berbentuk lonjong kecil, dengan kemasan plastik mika biasa, yang sebelumnya telah dibungkus dengan plastik bening. Solusi yang telah diterapkan adalah mengubah bentuk dan ukuran madumongso menjadi lebih kecil dengan bentuk bulat, yang dibungkus dengan menggunakan kertas minyak atau plastik beraneka warna, dan dikemas menggunakan toples atau kemasan berbahan rotan.

Dengan variasi rasa, variasi penggunaan bahan utama, serta variasi ukuran dan kemasan, produk madumongso yang dihasilkan mampu berdaya saing untuk bertahan dan memperluas pangsa pasar.



Gambar 3. Inovasi Madumongso

Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Proses produksi madumongso memerlukan waktu yang cukup lama karena adanya proses fermentasi. Tahapan yang dilakukan adalah menanak bahan dasar yaitu beras ketan hitam menjadi nasi kemudian diproses melalui fermentasi yang memerlukan waktu dua hari. Setelah tape ketan terbentuk maka ditambahkan gula jawa dan santan, semua bahan tersebut dimasak dengan proses pengadukan selama 7 jam. Proses pengadukan ini masih menggunakan tenaga manual. Oleh karena itu, tim bekerjasama dengan pihak lain, dalam hal ini bengkel yang memiliki kompetensi dalam perakitan alat pengaduk (*mixer*). Alat pengaduk ini bertenaga listrik untuk menggerakkan pisau pengaduk, dimana pengoperasionalannya dapat dibantu dengan kompor

atau kayu sebagai bahan bakar untuk memasak adonan madumongso. Selain itu, produsen madumongso juga membutuhkan mesin parut kelapa, karena dalam proses pembuatan madumongso menggunakan santan, dimana sebelumnya santan diperoleh dengan membeli kelapa parut di pasar. Oleh karena itu, tim berusaha menjawab masalah mitra dengan pengadaan mesin parut kelapa, yang berfungsi untuk mempermudah proses produksi agar lebih efisien, sehingga pengusaha dapat meningkatkan frekuensi produksinya. Dan akhirnya, tim berharap mitra dapat memproduksi tidak hanya menjelang lebaran, tetapi juga di luar lebaran, dengan nilai penjualan yang konstan atau bahkan meningkat.



Gambar 4. Mitra mengoperasionalkan “mixer”

Legalitas Usaha

Legalitas usaha merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam pengembangan usaha, tetapi para pelaku UMKM terkadang belum memahami hal tersebut. Tim memberikan sosialisasi kepada mitra PKM terhadap besarnya peran legalitas usaha untuk kemajuan suatu usaha. Dalam sosialisasi ini mitra diberikan informasi mengenai jenis legalitas usaha, manfaat dan persyaratan yang harus dipenuhi.

Selain itu, tim PKM juga mendampingi mitra dalam proses pengajuan legalitas usaha yaitu Ijin Usaha Mikro Kecil (IUMK), Tanda

Daftar Industri (TDI), dan sertifikasi produk dalam bentuk Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) guna mengembangkan usaha secara legal, agar dapat lebih berdaya saing.



Gambar 5. Keikutsertaan Mitra Dalam Penyuluhan Di Dinkes.

SIMPULAN

Program PKM ini dilaksanakan guna memberikan solusi terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh mitra meliputi segi manajemen usaha yang terdiri dari aspek pemasaran, keuangan, dan produksi, serta dari segi legalitas usaha. Kesimpulan yang menjadi hasil pelaksanaan kegiatan PKM pada UMKM madumongso di Desa Ngembalrejo, Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus ini sebagai berikut. Aspek pemasaran, pemahaman dan kemampuan mitra tentang penggunaan media yang digunakan dalam peningkatan pemasaran bertambah, baik melalui offline maupun online, dengan memanfaatkan teknologi informasi dan penggunaan merk produk, sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Aspek keuangan, pendampingan pembukuan keuangan sederhana yang telah dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan dan kompetensi mitra dalam menentukan laba dan omset yang ingin diperoleh, serta kemampuan untuk memisahkan antara modal pribadi dan modal usaha. Aspek produksi, penciptaan inovasi produk madumongso melalui varian rasa, varian bah-

an baku, varian ukuran dan kemasan, yang dilakukan bersama mitra mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mitra dalam pengembangan variasi produk. Di samping hal tersebut, pemanfaatan teknologi tepat guna melalui penggunaan mesin pengaduk (*mixer*) dan mesin parut kelapa dapat meningkatkan produktivitas mitra PKM. Aspek legalitas, sosialisasi yang diberikan kepada mitra tentang legalitas usaha mendorong UMKM untuk meningkatkan usaha yang dimiliki. Dan pendampingan pengurusan legalitas yang dilakukan, telah menghasilkan dimilikinya pengakuan hukum bagi usaha mitra dalam bentuk Ijin Usaha Mikro Kecil (IUKM), Tanda Daftar Usaha (TDI) dan sertifikasi produk melalui P-IRT, untuk meningkatkan daya saing produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusetyaningrum, V., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. 2016. Strategi Pengembangan USAha Kecil Dan Menengah (UKM) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada UKM Berbasis Kuliner Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2): 105-111.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *PAD Kabupaten Kudus*. Diperoleh 20 Juni 2017 dari <http://jateng.bps.go.id/>
- Hadiyati, E. 2008. Model Pemasaran dalam pemberdayaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Gajayana*. 5(1).
- Mia Ajeng, A. 2018. Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK di Kota Kudus. *Journal of Dedicators Community*, 2(2): 83-90.
- Wijaya, M & Jasfar, F. 2014. Pengaruh Rancangan Situs, Harga, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Pembelian Produk Fashion Melalui Online Shopping. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 7 (2): 31-62.