

**STRATEGI PEMASARAN DAN INOVASI OLAHAN SEBAGAI DAYA
UNGKIT PENJUALAN PRODUK HASIL ANOMAN BURNO DI MASA
PANDEMI COVID-19**

**(MARKETING STRATEGY AND PROCESSED INNOVATION AS SALES
LEVERAGE OF ANOMAN BURNO'S PRODUCTS DURING THE COVID-19
PANDEMIC)**

Suhari¹, Anggia Astuti², Primasari Mahardhika Rahmawati³, Musviro⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Keperawatan Universitas Jember

* kanghari_doktor@unej.ac.id

ABSTRACT

Introduction: The development of village potential into edutourism has cultural values that must be fulfilled, namely not making changes in the lives of rural communities, people do not go out of their daily routines and highlight local wisdom which is a great potential that can be developed. In Burno village, agronursing-based edutourism is being developed with the Anoman Burno Village School.. The purpose of this community service is to provide training on marketing strategies and processed innovations to increase sales of Anoman Burno products with a decrease in the number of tourists visiting. **Methods:** Improving the production aspect by combining milk with various spices to increase immunity, improving the marketing aspect by expanding the market that partners can serve online, helping to promote the products produced both online and offline through educational cafes established by partners. **Result:** The final result of this program is that there is an increase in public knowledge about the use of processed products made from Senduro's typical cow and goat milk together with spices that are commonly found in Burno village as an immune booster during the covid-19 pandemic, improving product quality in terms of feasibility, and attractiveness of superior products. **Conclusion:** Assistance to partners is very much needed to ensure the achievement of the desired goals from all aspects, so that they can survive, be strong and develop in the midst of competition during the COVID-19 pandemic.

Keywords: marketing strategy, processed innovation, leverage, covid-19 pandemic

ABSTRAK

Pengembangan potensi desa menjadi eduwisata memiliki nilai-nilai budaya yang harus terpenuhi yaitu tidak membuat perubahan dalam kehidupan masyarakat desa, masyarakat tidak keluar dari rutinitas keseharian mereka dan menonjolkan kearifan lokal yang menjadi potensi besar yang bisa dikembangkan. Di desa Burno sedang dikembangkan eduwisata berbasis agronursing bersama Sekolah Desa Anoman Burno. Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran dan inovasi olahan untuk meningkatkan penjualan produk anoman burno dengan penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung. **Metode:** Memperbaiki aspek produksi yakni dengan mengkombinasikan susu dengan berbagai rempah untuk meningkatkan imunitas, memperbaiki aspek pemasaran dengan cara memperluas pasar yang dapat dilayani mitra secara online, membantu mempromosikan produk yang dihasilkan baik secara online maupun offline melalui café edukasi yang didirikan oleh mitra. **Result:** Hasil akhir dari program ini terdapat peningkatan pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan produk olahan berbahan dasar susu sapi dan kambing khas Senduro bersama rempah-rempah yang banyak ditemukan di desa Burno sebagai imun booster di masa pandemi covid-19, peningkatan kualitas produk pada segi kelayakan, dan daya tarik produk unggulan. **Conclusion:** Pendampingan kepada mitra sangat dibutuhkan guna menjamin tercapainya tujuan yang diinginkan dari seluruh aspek, agar dapat survival, tangguh dan berkembang di tengah persaingan di masa pandemic covid 19.

Keywords: strategi pemasaran, inovasi olahan, daya ungkit, pandemi covid-19

PENDAHULUAN

Dunia sedang mengalami krisis yang belum pernah terjadi sebelumnya dengan covid-19. Para ilmuwan bekerja secara agresif untuk menemukan vaksin untuk penyakit ini. Sementara itu, solusinya adalah menahan penyebaran penyakit. Masyarakat diminta untuk menjaga jarak sosial, mengambil tindakan pencegahan yang diperlukan seperti memakai masker wajah, pelindung wajah, sarung tangan, dan menjaga kesehatan diri. Berdasarkan pengetahuan tradisional, herbal diketahui memiliki sifat modulator imun, yang berarti mereka menghasilkan respons imun spesifik dan non-spesifik. Untuk produk yang mengandung kayu manis, kunyit, jahe, lada hitam, serai, dan campuran dengan susu yang dapat menarik perhatian masyarakat¹. Hal ini dilakukan untuk memutus rantai penyebaran Covid 19 agar tidak semakin luas penyebarannya. Pembatasan interaksi sosial ini dampak pergerakan perekonomian salah satunya bidang Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mengalami penurunan penjualan. Inovasi dan penggunaan teknologi merupakan hal yang menjadi sebuah keharusan bagi pelaku usaha untuk bertahan dimasa pandemi Covid 19². Pandemi Covid-19 berdampak cukup parah pada seluruh sektor baik kesehatan, ekonomi dan sosial di masyarakat yang ada di seluruh dunia.

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kekayaan alam terutama sumber daya hayati tropis yang tidak hanya sangat beragam tetapi juga unik. Keragaman dan keunikannya diperkuat oleh kekayaan dan keragaman budaya, disamping berperan sebagai sumber pangan dan devisa negara, juga mempunyai daya tarik dalam sektor pariwisata alam (*ecotourism*)³. Desa Burno sedang mengembangkan konsep desa wisata berbasis agronursing, namun dalam prosesnya terhenti karena adanya kondisi pandemi covid-19.

Dampak dari COVID-19, baik yang saat ini maupun yang akan terus berlanjut, sangat dirasakan oleh masyarakat Burno yang saat ini hidupnya dalam keadaan susah dan/atau kurang beruntung. Beberapa masyarakat tergolong pada kelompok yang sangat rentan akibat gangguan pandemi ini. Selain peluang ekonomi, kesehatan dan pendidikan merupakan beberapa faktor yang jelas terdampak pada fase penting kehidupan mereka.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan permasalahan penurunan penjualan dimasa pandemi Covid 19 juga terjadi pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Desa Burno diantaranya (1) kurangnya pemanfaatan teknologi sebagai alat untuk pengenalan dan pemasaran produk secara online, sehingga diperlukan pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan yang dapat mempengaruhi pendapatan bagi masyarakat⁴; (2) kurangnya inovasi terhadap produk, sehingga sangat penting untuk diketahui dalam meningkatkan daya tarik konsumen sehingga konsumen dapat merasakan varian lain selain dari susu dan rempah-rempah⁵; (3) kurang pemahannya bagaimana memilih kemasan produk yang baik sehingga dapat menjaga kualitas produk⁶, serta (4) kurang pemahannya akan merek dan logo yang bisa meningkatkan daya tarik konsumen⁷. Hasil penelitian menyebutkan pemasaran digital mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pemasaran produk karena dapat meningkatkan volume penjualan dan juga meningkatkan keuntungan bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah⁸.

METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Sekolah Desa Anoman Burno sebagai mitra. Sekolah Desa Anoman Burno terletak di desa Burno Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang yang merupakan salah satu desa yang letak secara geografis berada di daerah TNBTS (Taman Nasional Bromo Tengger Semeru) yang berada pada ketinggian diatas 700 Mdpl, dengan luas wilayah 548.78 Ha. Sebagai desa tepi hutan, Burno memiliki potensi yang sangat besar baik bidang pertanian, peternakan sampai vegetasi hutan yang dikelola secara lestari. Hutan dan masyarakat desa Burno menjalin hubungan simbiosis mutualisme, hutan memberi manfaat dan masyarakat menjaga kelestarian hutan sebagai upaya kemandirian ekologi, sosial dan ekonomi.

Peserta

Kegiatan ini diikuti oleh peserta Sekolah Desa Anoman Burno. Sekolah Desa Anoman Burno adalah sekolah desa yang didirikan sejak tahun 2019, beranggotakan 20 warga desa Burno yang terdiri dari petani, peternak, pemilik usaha kecil menengah untuk hasil pertanian dan peternakan, perangkat desa Burno dan pelestari hutan.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dibagi beberapa tahapan yaitu :

1. *Focus Group Discussion* untuk memetakan permasalahan yang sedang dialami mitra berikut rencana solusinya.
2. Pencarian sumber evidenced based practiced yang berhubungan dengan permasalahan mitra dan solusi yang sudah dibuktikan dalam penelitian.
3. Pendampingan terkait pemanfaatan teknologi digital sebagai upaya strategi pemasaran dan pengembangan produk olahan dengan inovasi pemanfaatan sumber daya pertanian dan peternakan yang melimpah di desa Burno dengan memilih keunggulan untuk meningkatkan imunitas di masa pandemi covid-19.
4. Implementasi dan pengurusan ijin layak jual.

Peralatan dan Bahan yang digunakan

1. *Handphone* dan paket data internet, laptop dan layar LCD, untuk menampilkan materi dan tutorial pemanfaatan media sosial untuk pemasaran digital.
2. Peralatan memasak diantaranya kompor, panci, blender, spatula, baskom, sendok, botol kemasan dengan label produk dan sebagainya.
3. Bahan untuk inovasi olahan produk diantaranya susu kambing khas Senduro, susu sapi, jahe, kapulaga, cengkeh, kunyit, lada hitam, serai, kayu manis, kurma, gula aren, madu, garam himalaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai

Hasil yang dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. *Focus Group Discussion* untuk memetakan permasalahan yang sedang dialami mitra berikut rencana solusinya.

Kegiatan FGD dilaksanakan di awal pengabdian untuk memetakan permasalahan yang dialami mitra berikut rencana solusinya. Hasil FGD menemukan kekuatan vs kelemahan yaitu Potensi sumber daya alam, dengan letak geografis di kaki gunung Semeru, menjadikan desa Burno desa yang subur, melimpah produk pertanian seperti pisang, kopi, rempah-rempah, dan susu kambing khas senduro dan susu sapi. Selain hutan lestari. Sumber daya manusia yang mumpuni dalam bidang pertanian dan peternakan. Masyarakat desa Burno utamanya yang tergabung dalam Sekolah Desa Anoman Burno memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang pertanian dalam budidaya pisang khas Lumajang yaitu pisang mas kirana dan pisang agung. Selain itu mereka memanfaatkan hutan untuk menanam kapulaga, lada, talas, dan tanaman hutan lainnya. Desa Burno juga merupakan salah satu produsen susu kambing khas Senduro dan susu sapi. Kualitas susu baik karena ternak mendapat cukup makanan berupa rumput gajah dan kaliandra. Pada poin kelemahan yaitu kondisi pandemi covid-19 ini memaksa masyarakat desa Burno membatasi mobilitasnya sesuai arahan Pemerintah, berdampak pada penurunan pengunjung wisata hutan di desa Burno dan menurunkan omset penjualan produk olahan hasil pertanian dan peternakan masyarakat. Selain itu produk olahan susu selama ini masih dikonsumsi sebagai susu segar, saja belum ada inovasi variannya. Pada poin peluang vs tantangan yaitu desa Burno berada di wilayah TNBTS dengan pemandangan yang indah khas desa tepi hutan dan merupakan jalur alternatif Lumajang-Malang membuat desa Burno sering dilewati pengendara yang akan ke Malang atau menuju Lumajang. Sehingga secara tidak langsung sudah mempromosikan kondisi desa wisata yang sedang dibangun. Pada poin tantangan di masa pandemi covid-19 peserta sekolah desa Anoman Burno dituntut untuk bisa

mengembangkan potensi dirinya dengan mengenal pemasaran produk melalui media sosial sebagai upaya mengikuti perkembangan zaman di era digital ini.



Gambar 1. Pelaksanaan FGD bersama Sekolah Desa Anoman Burno

2. Pencarian sumber evidenced based practiced yang berhubungan dengan permasalahan mitra dan solusi yang sudah dibuktikan dalam penelitian.

Definisi dari UMKM berdasarkan undang-undang No. 20 tahun 2008 pasal 1 tentang UMKM, menggariskan sebagai berikut:

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. 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 dimaksud dalam undang-undang.

Masih berdasarkan undang undangan yang sama prinsip-prinsip pemberdayaan mencangkup:

- a. Penumbuhan, kemandirian, kebersamaan dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri ;
- b. Mewujudkan kebijakan publik yang transparan akuntabel dan berkeadilan ;
- c. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan beroperasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM ;
- d. Peningkatan daya saing UMKM ; serta
- e. Penyelenggaraan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Digital marketing merupakan pemanfaatan Internet sebagai suatu teknologi yang dapat menghubungkan komunikasi dua arah di antara perusahaan dengan konsumen⁹. Pemasaran media sosial saat ini merupakan bagian integral dari kehidupan bisnis banyak pengecer online dan perusahaan, bahkan dalam beberapa kasus sebagai strategi pemangku kepentingan dalam lingkup rencana bisnis. Terutama di sektor barang konsumsi, hampir setiap perusahaan memiliki setidaknya satu profil sosial. Manfaatnya sendiri dari pemasaran dengan menggunakan media sosial adalah membangun dan menarik minat masyarakat, mudah berinteraksi dengan konsumen apalagi di masa pandemi ini yang semua aktivitasnya di batasi, serta dapat meningkatkan penjualan. Media sosial sendiri di anggap menjadi media yang sangat efektif untuk meningkatkan penjualan serta pendapatan.

Kemajuan teknologi saat ini sedang berkembang dengan pesat mendorong pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk menguasai bidang IT dalam proses bisnis yang dijalankan selain itu inovasi produk menjadi sebuah kepentingan dalam sebuah persaingan¹⁰. Adanya sebuah inovasi produk mendorong pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk terus bertahan ditengah perkembangan variasi produk yang masuk kedalam sebuah pasar ¹¹.

3. Pendampingan terkait pemanfaatan teknologi digital sebagai upaya strategi pemasaran dan pengembangan produk olahan dengan inovasi pemanfaatan sumber daya pertanian dan peternakan yang melimpah di desa Burno dengan memilih keunggulan untuk meningkatkan imunitas di masa pandemi covid-19.

Inovasi produk olahan hasil pertanian dan peternakan merupakan upaya menciptakan produk baru yang tidak meninggalkan bahan utamanya guna memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan produk yang selama ini diproduksi. Inovasi produk juga bertujuan meluaskan pangsa konsumen dan mengupayakan semua kalangan bisa menikmatinya.

Pada pengabdian masyarakat ini produk yang diinovasikan yaitu susu kambing khas Senduro dan susu sapi yang dikombinasikan dengan berbagai rempah-rempah dengan fokus produk olahan sebagai peningkat imunitas atau *imun booster* di masa pandemi covid-19. Beberapa produk yang dihasilkan diberi nama yang mudah diingat dan familiar di kalangan masyarakat diantaranya susu kurma, susu jahe dan tumeric latte. Beberapa produk ini adalah kombinasi susu dengan kurma, susu dengan jahe bakar dan gula ren, serta kombinasi susu dengan kunyit bubuk, kayu manis bubuk, lada hitam dan garam himalaya ditambah madu.

Susu adalah cairan berwarna putih yang disekresi oleh kelenjar mammae (ambing) pada binatang mamalia betina seperti sapi, kambing atau kerbau yang diperoleh dengan cara pemerahan sebagai bahan makanan sumber gizi¹². Minuman alternatif imun booster disaat pandemi covid-19 adalah minuman yang diyakini dapat meningkatkan imunitas tubuh.

4. Implementasi dan pengurusan ijin layak jual.

Implementasi dimulai dengan memasak olahan susu yang dikombinasikan dengan rempah-rempah. Bahan-bahan disediakan oleh mitra. Diawali dengan pemberian pengetahuan akan manfaat produk susu dan rempah-rempah bagi peningkat imunitas atau imun booster. Kemudian dilanjutkan dengan pengenalan bahan dan proses memasak.



Gambar 2 Proses memasak inovasi sus rempah

Susu kurma dibuat dengan memblender kurma dan susu sapi segar yang direbus sebentar. Tips dalam merebus sus tidak boleh sampai mendidih dan mengeluarkan buih, cukup direbus sebentar sampai hangat. Kurma yang digunakan juga dihitung ganjil, agar mampu diserap dan menghasilkan energi tidak hanya meningkatkan gula darah saja. Konsumsi kurma dan susu secara rutin dapat memberikan energi dan meningkatkan imunitas tubuh.

Produk berikutnya adalah susu jahe. Produk ini merupakan kombinasi sus kambing khas Senduro yang dimasak sebentar dan dicampur dengan jahe merah yang sudah dibakar, kemudian ditambahkan gula aren, lada hitam, kapulaga, serai dan sedikit garam himalaya. Susu dimasak sambil diaduk agar tidak sampai pecah, aroma jahe bakar dan gula aren membuat sus jahe ini terasa nikmat dikonsumsi hangat. Produk ketiga yaitu tumeric latte, merupakan olahan susu kambing khas Senduro yang direbus sebentar ditambahkan bubuk kunyit, bubuk kayumanis, sedikit lada hitam untuk meningkatkan fungsi kunyit, ditambahkan sedikit garam himalaya dan madu. Produk ini juga enak dikonsumsi hangat namun juga bisa dingin.

Salah satu daya tarik dari suatu kemasan adalah dilihat dari segi cara pengemasan (*Packing*). Pengemasan merupakan suatu cara atau perlakuan pengamanan terhadap makanan atau bahan pangan, agar makanan atau bahan pangan baik yang belum diolah maupun yang sudah diolah dapat sampai ke tangan konsumen dengan kualitas yang masih banyak dan pengemasan yang baik yang dapat melindungi kualitas produk. Kemasan juga bisa melakukan program pemasaran industri lewat kemasan identifikasi produk jadi lebih efisien. Label merupakan salah satu bagian dari produk berbentuk penjelasan baik foto ataupun perkata yang berperan bagaikan sumber data produk serta penjual. Label biasanya data berbentuk nama ataupun merk produk, bahan baku, bahan bonus komposisi, data gizi, bertepatan pada kadaluarsa isi produk serta penjelasan legalitas. Fungsi label produk tersebut adalah label mempromosikan produk melalui aneka foto yang menarik. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kemasan menggunakan botol plastik ukuran 300ml dengan ditempel label yang eye catching dan nama dari produk-produk tersebut.

Berikut tampilan produk inovasi yang dihasilkan dicoba upload di media sosial:



Gambar 3. Pelabelan pada produk inovasi

Praktek memasarkan produk di media sosial, diawali dengan pemberian penyuluhan terkait cara pemanfaatan media sosial seperti facebook dan instagram sebagai sarana memasarkan produk secara online. Peserta sekolah desa Anoman Burno rata-rata adalah masyarakat desa generasi 70-80 an. Pemanfaatan handphone biasanya hanya untuk menelepon atau mengirim pesan, jarang menggunakan media sosial. Sehingga pada kesempatan ini mereka

dikenalkan dengan facebook dan instagram untuk keperluan mempromosikan produknya. Pada termin ini masih perlu dilakukan pendampingan lebih lanjut dan melibatkan peserta sekolah desa yang usia muda dan aktif di media sosial.

Pemasaran lainnya direncanakan secara offline dengan membangun cafe edukasi yang diberi nama Semar Cafe. Cafe ini digunakan untuk peserta sekolah Desa yang mempunyai produk inovasi susu, rempah dan hasil pertanian maupun peternakan lainnya untuk dijual secara offline. Disamping itu cafe ini akan bergerak mengedukasi konsumen yang datang dengan ilmu-ilmu pertanian yang berbasis kesehatan. Apalagi di masa pandemi covid-19, edukasi terkait protokol kesehatan sudah sewajarnya disampaikan di mana saja, diterapkan di mana saja dan disampaikan dengan benar sehingga masyarakat terbebas dari informasi hoax. Cafe edukasi sangat cocok diimplementasikan sebagai sarana menikmati produk olahan pertanian dan peternakan sambil belajar.

Dampak dari kegiatan yang sudah terprogram dan di laksanakan pada tanggalyang sudah di tentukan adalah berdampak sangat baik bagi masyarakat, khususnya peserta sekolah desa Anoman Burno dimana kurang paham pentingnya pengemasan yang baik dan menarik saat ini sudah dapat di terapkan dalam kehidupan sehari-hari seperti mengganti kemasan dengan yang lebih menarik dan pemberian label untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas. Dalam kegiatan tersebut pula tim pengabdian melakukan inovasi produk tidak hanya memproduksi susu rempah saja tetapi terdapat varian lain yang di buat dari susu yaitu es krim berbahan dasar susu kambing khas Senduro.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa peserta sekolah desa mengalami peningkatan pengetahuan terkait inovasi produk, pelabelan serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran online dan offline. Inovasi produk meningkatkan daya jual produk itu sendiri dan meningkatkan kepercayaan diri peserta sekolah desa Anoman Burno untuk menghasilkan produk yang lebih baik, utamanya di masa pandemi covid-19, merangsang terciptanya produk inovasi lainnya dari hasil pertanian dan peternakan.

ACKNOWLEDGMENT

Terima kasih disampaikan kepada mitra Sekolah Desa Anoman Burno dan Pemerintah Desa Burno serta tim Penggerak PKK Kecamatan Senduro kabupaten Lumajang yang ikut berpartisipasi dalam pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Alagawany M, Attia YA, Farag MR, Elnesr SS, Nagadi SA, Shafi ME, et al. The Strategy of Boosting the Immune System Under the COVID-19 Pandemic. Vol. 7, *Frontiers in Veterinary Science*. Frontiers Media S.A.; 2021. p. 1–17.
2. Martina N, Fathur M, Hasan R, Wulandari LS, Isyah Salimah A'. Upaya Peningkatan Nilai Ekonomis Produk Umkm Melalui Sosialisasi Diversifikasi Produk. *Jmm (Jurnal Masy Mandiri)* [Internet]. 2021;5(5):2273–82. Available from: <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>
3. Winasis A, Setyawan D. Efektivitas Program Pengembangan Desa Wisata Melalui Kelembagaan dalam Peningkatan Sumber Daya Alam (SDA). *J Ilmu Sos dan Ilmu Polit Univ Tribhuwana Tungadewi*. 2016;5(2):102436.
4. Ardiansyah MA, Rudianto D. Pengembangan Dan Penerapan Teknologi Tepat Guna Pada Industri Rumahan Pembuat Produk Lokal Berbahan Dasar Sagu Di Kota Palopo. *To Maega | J Pengabdi Masy*. 2018;1(1):29–34.
5. Hamzah H, Idhan A, Syamsia S. Diseminasi Teknologi Pengelolaan Limbah Pertanian Menjadi Produk Bernilai Ekonomi Tinggi Dalam Upaya Mendukung Kesejahteraan

- Petani. *J Dedik Masy.* 2019;2(2):83.
6. D D. Penerapan Metode Statistical Processing Control Untuk Menganalisis Pengendalian Kualitas Produk pada PT. Asera Tirta Posidonia, Kota Palopo. *J Equilib* [Internet]. 2016;2(4):325–32. Available from: <http://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12620012/index.pdf>
 7. Mubarat H, Iswandi H, Ilhaq M. Pelatihan Inovasi Dan Pengembangan Produk Patera Eco Print Palembang. *Selaparang J Pengabdi Masy Berkemajuan.* 2021;4(2):329.
 8. Fadhillah DA, Pratiwi T. Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition J Ilm Manaj.* 2021;XII(1):17–22.
 9. Oktaviani F, Rustandi D. Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas,* . 2018;3(1):1–20.
 10. Prasetyawati YR, Setyaningtyas E, Ayu JP, Sartika KD, Adithia S. Pelatihan Culinary Entrepreneur Dalam Mengembangkan Kinerja UMKM di Masa Pandemi. *J Servite.* 2021;3(1):31.
 11. Pratika Y, Praharjo A. Pendampingan Inovasi Produk Olahan Telur Asin Di Desa Pendem Kecamatan Junrejo Kota Batu. *J Budimas.* 2021;03(01).
 12. Dispertan. Mengenal Susu (Definisi, Komposisi dan Jenis) [Internet]. 2021 [cited 2021 Sep 30]. Available from: <https://dispertan.semarangkota.go.id/mengenal-definisi-komposisi/>