



ISSN Print: 2085-2339
ISSN Online: 2654-7252

Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan

Editorial Office: Fakultas Hukum, Universitas Pamulang,
Jalan Surya Kencana No. 1, Pamulang Barat, Tangerang Selatan 15417, Indonesia.
Phone/ Fax: +6221-7412566
E-mail: dinamikahukum_fh@unpam.ac.id
Website: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/sks>

Pemberdayaan Usaha Mikro kecil Menengah Gipang Magelaran Cilik Kota Serang Berbasis Pelestarian Resep Turun Temurun Dalam Menunjang Perekonomian

Endang Purwaningsih^a Basrowi^b

- a. *Fakultas Hukum, Universitas Islam Yarsi, Jakarta. E-mail: e.purwaningsih@yarsi.ac.id*
b. *Pascasarjana Universitas Bina Bangsa, Banten. , E-mail: basrowi@binabangsa.ac.id*

Article	Abstract
<p><i>Received: Jul 02, 2023; Reviewed: Ags 07, 2023; Accepted: Oct 03, 2023; Published: Oct 31, 2023</i></p>	<p>Magelaran Cilik merupakan suatu kampung terletak di Kota Serang, dengan keunikan nama kelurahannya yakni kelurahan Masjid Priyayi. Banyak pelaku UMKM makanan tradisional layaknya <i>home industry</i>, dan mengolah makanan dengan cara konvensional, begitu pula dengan manajemen dan pemasarannya. Penelitian ini termasuk dalam penelitian normatif terapan yakni menggabungkan data sekunder dengan hasil pengamatan dan wawancara dengan narasumber yang berhubungan dengan objek penelitian serta mencari solusi hukumnya, dalam hal ini pemerintah kelurahan Masjid Priyayi, Tetua UMKM Magelaran Cilik sekaligus sebagai Ketua Koperasi, serta pelaku UMKM sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan pelaku UMKM Magelaran Cilik yang dilakukan adalah meningkatkan peran koperasi dalam membantu memperoleh bahan baku, dan dinas terkait yang selama ini berbentuk bantuan fasilitasi program pelatihan dan beberapa perolehan legalitas. Kendala yang dihadapi adalah permodalan, <i>digital marketing</i> dan inovasi produk. Perlindungan resep turun temurun dilakukan guna melestarikan warisan nenek moyang, menjadi kunci dalam setiap memproduksi. Inovasi produk belum banyak dilakukan, termasuk varian rasa, resep baru maupun desain.</p> <p>Kata kunci: umkm; gipang magelaran cilik; resep turun menurun;</p> <p><i>Magelaran Cilik is a village located in the city of Serang, with the unique name of the village, namely the Priyayi Mosque village. Many traditional food MSMEs are like home industries, and process food in a conventional way, as well as management and marketing. This research is included in applied normative research, namely combining secondary data with the results of observations and interviews with sources related to the object of research and finding legal solutions, in this case the Priyayi Mosque sub-district government, the elders of the Magelaran Cilik UMKM as well as the Chairperson of the Cooperative, as well as the MSME actors themselves. The results of the study show that the empowerment of small Magelaran MSME actors that has been carried out is to increase the role of cooperatives in helping to obtain raw materials, and related agencies, which</i></p>

so far have been in the form of assistance in facilitating training programs and obtaining some legality. The obstacles faced were capital, digital marketing and product innovation. The protection of recipes passed down from generation to generation is carried out in order to preserve the ancestral heritage, which is the key in every production. Not much product innovation has been carried out, including flavor variants, new recipes and designs.

Keywords: *umkm; gipang magelaran cilik; recipes generation to generation.*

PENDAHULUAN

Magelaran Cilik merupakan suatu kampung terletak di Kota Serang, dengan keunikan nama kelurahannya yakni kelurahan Masjid Priyayi. Banyak pelaku UMKM makanan tradisional layaknya *home industry*, dan mengolah makanan dengan cara konvensional, begitu pula dengan manajemen dan pemasarannya. Keramahan mereka mem'branding' produknya perlu diimbangi dengan penguasaan *digital branding*, dan keunggulan 'turun temurun' mereka perlu diapresiasi dan diangkat dengan keberdayaan. Sinergi peran *stakeholder* diperlukan untuk pemberdayaan.

Pada saat sebelum pandemi sebagian besar pelaku UMKM terpuruk karena hambatan pemasaran yang saat ini merupakan tantangan pemasaran (Bridges, et al, 2018). Kemaren UMKM yang belum menguasai digitalisasi hanya mengandalkan pemasaran tradisional dengan kinerja pemasaran mereka sangat rendah (Davis, et al, 2009). Dicermati dari produknya, mereka belum menguasai inovasi pengembangan produk sehingga mempunyai kualitas dan daya saing yang rendah, dan dari sisi perlindungan HKI, mereka belum mendaftarkan mereknya sehingga belum terlindungi (Yusuf et al, 2005). Merek yang mereka gunakan hanya 'ala kadarnya', sekedar tanda gambar ditempel dengan kertas yang difotokopi atau dicetak dengan printer *colour*, karena bagi mereka yang penting produknya ada labelnya (Oakley, et al, 2004).

Tantangan mereka untuk berkembang sesungguhnya sangat terbuka (Zuhdi, et al, 2012), karena bahan baku murah dan tenaga kerja murah (Shafi, et al, 2020), hanya saja karena belum adanya sentuhan inovasi produk, maka secara kualitas produk mereka kurang baik dan kalah bersaing dengan produk pesaing (Ratnasingam, et al, 2020). Manakala diberikan sentuhan inovasi baik dari sisi bahan baku, proses produksi, maupun *packing* tentu akan mampu bersaing dengan kompetitor sehingga kinerja UMKM meningkat (Disperindag Kab Serang 2021). Selain itu, tantangan di bidang pemasaran, selama ini mereka menjual dengan cara dititipkan ke warung-warung sembako atau warung 'kelontong' dengan sistem konsinyasi (Reis, et al, 2008). Ketika produk laku terjual, baru dibayar kepada UMKM, dan ketika tidak laku barang kembali. Manakala barang itu berupa makanan, maka saat ditarik dari tempat penitipan, sudah dalam kondisi daluwarsa dan hanya menjadi limbah karena sudah tidak bisa diolah secara sinklitis (Howkins, et al, 2001). Manakala produk mereka dapat dipasarkan secara digital baik melalui media sosial maupun dipasarkan pada *market place* tentu akan lebih tinggi kinerja pemasaran mereka (Hartley, et al, 2005).

PERMASALAHAN

Mencermati kondisi pelaku UMKM di Magelaran cilik ini, penulis membatasi permasalahan penelitian sebagai berikut pertama, Bagaimanakah pemberdayaan pelaku UMKM Magelaran Cilik dilakukan guna menunjang perekonomian ? kedua, Bagaimanakan konsep perlindungan resep turun temurun dilakukan guna melestarikan warisan nenek moyang?

METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan merupakan penelitian normatif terapan yang berusaha menggabungkan data primer dari wawancara dan pengamatan dengan data skunder. Pendekatan ini berusaha mencari berbagai solusi hukum dengan melibatkan berbagai pihak seperti Pemerintah Desa, tetua UMKM, ketua Koperasi, pelaku UMKM. Lokasi penelitian yaitu di kelurahan Masjid Priyayi, Kecamatan Kasemen, Kota Serang. Penelitian juga menggunakan pendekatan studi literasi yang dipadukan dengan data pengamatan dan wawancara mendalam dengan cara *snowballing*, serta didukung pendekatan histori.

Data kuantitatif dianalisis dengan pendekatan tabulasi, persentase, dan deskripsi. Data kualitatif dianalisis dengan pendekatan empat langkah penelitian kualitatif yang meliputi pengumpulan data, klasifikasi data lapangan, penyaringan data tersahih, dan pengambilan kesimpulan. Untuk meningkatkan kesahihan data dilakukan triangulasi data baik, check, recheck, dan crosscheck, serta memperlama verada di lokasi penelitian.

PEMBAHASAN

Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Magelaran Cilik

Data kinerja pemasaran produk UMKM di Provinsi Banten selama 3 tahun terakhir menunjukkan penurunan yang sangat signifikan. Tabel 1 menunjukkan penurunan kinerja UMKM di Provinsi Banten.

Tabel 1. Produk UMKM

Tahun	Produk UMKM (dalam ratus juta)				
	Makanan	Minuman	Pakaian	Jasa	lainnya
2019	990	960	834	743	423
2020	743	732	713	632	321
2021	632	642	611	543	232
2022	642	645	623	532	265

Sumber: Dinas Perekonomian, Koperasi dan UMKM 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa kinerja UMKM pada tahun 2022 ternyata masih rendah dan belum bisa bangkit. Hal itu bukan saja disebabkan oleh Pandemi Covid-19 semata, tetapi

juga diperparah oleh kondisi pemasaran yang masih konvensional, belum adanya inovasi produk, dan belum adanya perlindungan HKI.

Apabila dilihat dari target penjualan yang dicapai oleh UMKM di Banten tampak pada Tabel 2.

Tabel 2. Capaian Target Kinerja Pemasaran Produk UMKM

Tahun	UMKM (%)				
	Makanan	Minuman	Pakaian	Jasa	lainnya
2019	84,5	87,4	95,2	94,8	93,5
2020	64,3	65,1	55,2	58,2	53,1
2021	62,3	64,3	54,3	57,1	43,2
2022	62,2	64,1	54,9	57,8	43,6

Sumber: Dinas Perekonomian, Koperasi dan UMKM 2022

Tabel 2 menunjukkan bahwa, mayoritas UMKM tidak mampu mencapai target penjualan, kondisi mereka hingga tahun 2022 masih belum pulih. Hal ini akan semakin terpuruk makakala tidak dilakukan terobosan baik oleh dinas pemerintah, Kampus, CSR, maupun stakeholder lainnya. Akses teknologi perlu ditangani lebih serius dengan membuat program komputer dan *e commerce*-nya, agar menunjang strategi pemasaran para pelaku UMKM.

Menurut ketua Koperasi Kharisma Mitra Banten, yang berada di Magelaran Cilik, Saidi (wawancara di Serang tanggal 12 Juni 2023) perlindungan hukum yang selama ini telah dilakukan oleh Pemerintah Daerah dan Dinas terkait, selama ini berbentuk fasilitasi dan pelatihan, bahkan dalam kurun waktu 1 tahun dari Dinas KUKM telah memfasilitasi 7 buah pendaftaran merek UMKM, namun langsung berkoordinasi dengan Koperasi atau pelaku UMKM yang dipandegani oleh Saidi ini. Fasilitasi pameran juga pernah didapatkan, juga fasilitasi PIRT dan halal didapatkan oleh beberapa orang. Produsen makanan tradisional di Magelaran Cilik berjumlah sekitar 80 pelaku UMKM yang memproduksi 5 macam yakni rengginang, gipang, tengteng, satu dan kue bangkit.

Peran koperasi selama ini baru membantu distribusi pengadaan bahan mentah produksi pelaku UMKM, itu saja masih kekurangan seperti gula, karena belum punya akses langsung ke perusahaan gula yang lebih cepat. Kendala koperasi dan pelaku UMKM adalah permodalan, manajemen keuangan dan IT pemasaran. Dengan 80 UMKM di Magelaran Cilik, hanya tersedia 2 mesin penggilingan, jadi mereka bergiliran menyewa. Omzet Saidi sendiri sebenarnya mencapa 40 juta per bulan, namun dia masih ingin bantuan dari dinas maupun CSR BUMN, hingga saat ini masih belum ada solusi. Mereknya 'Yuli Jaya' sudah terdaftar. Sebagai ketua Koperasi dia berharap diberikan pelatihan *digital marketing* dan *branding product*, dan menginginkan memiliki merek kolektif yang dapat digunakan bersama oleh warga pelaku UMKM Magelaran dengan semua jenis produknya.

Menurut Setyo Puruhito Sekretaris Kelurahan Masjid Priyayi, (wawancara di Serang tanggal 12 Juni 2023), mewakili lurah Syarif, di mana Magelaran menjadi salah satu kampung yang terkenal merupakan kluster UMKM, bahwa kebijakan pemerintah kelurahan selama ini adalah berperan membantu mempromosikan, misal sebagai oleh-oleh jika ada tamu berkunjung, mendampingi kerjasama dengan kampus seperti bermacam pelatihan, namun hingga saat ini belum ada program fasilitasi dari kampus atau pihak lain. Harapan Pemerintah Kelurahan tentang pemberdayaan UMKM Magelaran yakni perlindungan hukum dan partisipasi semua pihak, dan dalam pengembangan UMKM Magelaran, yang perlu didorong terlebih dahulu menurutnya adalah *marketing* dan modal, jadi setelah itu tercukupi dengan baik, maka berlanjut pada inovasi dan legalitas.

Penulis tidak sependapat dengan opini di atas, perlindungan hukum penting sebagai dasar hukum pijakan melangkah dalam berusaha, jadi aspek legalitas menjadi kunci menuju lajunya pemberdayaan. Partisipasi aktif pelaku UMKM, juga *stakeholder* dan revitalisasi peran menjadi kunci selanjutnya. Upaya pemanfaatan TK secara ekonomi hendaknya berbarengan dengan Upaya perlindungan dan legalitas agar para pengelola TK mempunyai rasa percaya diri dan merasa terlindungi secara hukum. Hukum berfungsi dalam melindungi Dengan baik, bukan sekedar prediktif, tetapi juga adaptif dan lentur serta mampu secara prediktif-antisipatif. Tujuan akhirnya, hukum dapat secara adil mampu memberikan perlindungan dan kepastian tentang pemanfaatan secara ekonomi TK yang dimaksud (Soekanto, 2014). Doktrin Fitzgerald menginspirasi Satjipto Raharjo mengenai teori perlindungan hukum. Sejalan dengan perlindungan hukum menurut Satjipto Raharjo merupakan langkah untuk mengorganisasi segala bentuk kebutuhan Masyarakat hingga mampu mencegah terjadinya pertentangan beberapa kepentingan dan bisa digunakan oleh semua pihak yang dilindungi secara hukum. (Nola, 2016)

Model pemberdayaan yang dibutuhkan oleh UMKM dan merupakan harapan kelurahan serta Koperasi yang menaungi, adalah revitalisasi peran dan partisipasi aktif semua pihak, baik Dinas Koperasi dan UKM, Perbankan melalui suntikan modal dan fasilitasi, BUMN melalui CSR nya, dan perhatian kelurahan serta struktural di atasnya secara vertikal, karena mau tidak mau, pelaku UMKM ini merupakan potensi ikon keunggulan daerah yang patut diangkat, dilindungi dan dipromosikan. Akses yang masih buntu seperti yang dikeluhkan Ketua Koperasi terkait program CSR BUMN yang belum juga dapat ditembus, diharapkan dapat dijembatani oleh dinas atau pemerintah terkait, serta uluran tangan BUMN dan Perbankan segera mengalir ke para pelaku UMKM Magelaran ini. Bantuan mesin dan peralatan juga diharapkan baik dari Dinas Koperasi dan UKM maupun Perindustrian.

Konsep Perlindungan Resep Turun Temurun Dalam Pelestarian Warisan Nenek Moyang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, keunikan kampung yang terkenal dengan kue gipang dan kue satu dengan resep turun temurun, menurut Romli (wawancara di Magelaran Serang tanggal 3 Juni 2023 sebagai pelaku UKM dan Ketua RT, sejak kecil dia diajak orangtuanya langsung membantu pekerjaan memproduksi gipang, hingga berlatih sendiri dan kemudian lama kelamaan mumpuni sesuai resep yang diajarkan

orang tuanya. Omzetnya sekitar 4 jutaan per bulan, dengan karyawan lepas sebanyak 2 orang dan hanya memproduksi gipang sesuai pesanan. Dia bersama sekitar 50 pelaku UMKM lainnya di Magelaran Cilik membuat kue gipang, dan masih banyak lagi yang memproduksi kue satu, dan tengteng. Menurutnya, di situ telah ada Koperasi Mitra Banten, namun paguyuban UMKM belum ada. Dia juga pernah difasilitasi dinas mendapatkan PIRT dan halal, namun sertifikat halalnya sudah ‘mati’, belum sempat memperpanjang. Terkait varian rasa dan desain gipangnya, secara terus menerus asli sama dengan produk orangtuanya, dengan dalih menjaga resep nenek moyang. Dia tidak melakukan inovasi, hanya kemasannya saat ini ditambah dengan wadah toples plastic. Resep utamanya adalah gula, asem, kacang dan beras ketan. Beberapa pelatihan telah dia ikuti antara lain pemasaran, keuangan dan ekspor, namun hingga saat ini dia belum menyentuh *digital marketing*. Pemasarannya dilakukan sendiri ke Serang, Cilegon dan Ciruas. Dia berharap ada yang membantu masuk ke media sosial, *digital marketing*, swalayan dan seperti shopee dan indomart. Dia memproduksi secara konvensional, takaran resep berdasarkan ukuran rasa secara turun temurun. Berdasarkan pengamatan penulis, tetangga di sekitar Romli juga melakukan hal yang sama dengan Romli.

Dalam hal pemasaran, akan lebih baik lagi manakala, para UMKM membentuk Asosiasi pelaku UMKM, didukung Koperasi yang telah ada dan dibuat toko bersama yang menjual seluruh produk UMKM, yang dioperatori oleh satu atau dua admin yang akan melayani seluruh pembeli dari manapun (). Melalui cara ini akan tercatat jumlah produk terjual menurut pemilik, sehingga jumlah transaksi yang sudah masuk ke kasir toko bersama bisa dihitung secara transparan [6]. Oleh karena itu, dibutuhkan asosiasi UMKM dan Toko *online* Bersama yang bisa meningkatkan kinerja pemasaran produk. Penulis sempat ditunjukkan pembukuan penjualan produk oleh salah satu pelaku UMKM kue satu, sudah cukup rapi dan rinci. Jika menilik penelitian terdahulu menunjukkan bahwa, UMKM di Banten pada era pandemi Covid-19 mayoritas tutup karena rantai pasok yang buruk. Pasokan bahan baku sulit, harga bahan baku tinggi, daya beli menurun, dan pendapatan UMKM jauh di bawah titik impas kembali modal. Modal UMKM telah digunakan untuk menutup keperluan sehari-hari, karena produk yang sudah dihasilkan belum laku di pasaran, dan tidak ada lagi modal lapis kedua yang dapat digunakan untuk berbelanja bahan baku. Mayoritas pekerja di sektor UMMK berhenti bekerja, dan mesin produksi milik UMKM banyak yang rusak karena tidak dirawat selama hampir tiga tahun. Penelitian tersebut belum membahas peran digitalisasi pemasaran, inovasi produk dan HKI [13]. Penelitian lain [14] menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja UMKM, maka upaya yang dilakukan adalah meningkatkan *leadership*, pengembangan pasar, dan peningkatan kualitas produk. Penelitian tersebut belum membahas tentang digitalisasi pemasaran, inovasi produk dan perlindungan UMKM.

Mengenai konsep perlindungan resep turun temurun yang dijaga pelestariannya, menurut penulis tidak ada salahnya, justru menguatkan keunikan local, inovasi perlu dilakukan tanpa membuang resep turun temurun, dan terkait *branding* dan inovasi, tentu harus memperhatikan selera pasar, dan bagaimana supaya mampu memperluas pasar. Perlindungan hukum baik transaksi maupun pemenuhan legalitas mutlak perlu dilakukan, karena menjadi dasar melangkah bagi UMKM, jangan sampai melanggar hukum, seperti

membonceng reputasi merek maupun perusahaan berbadan hukum. Resep turun temurun ini biasanya dikategorikan menjadi *traditional knowledge*.

Traditional knowledge dan *folklore* dapat diprotect dan dipromosikan melalui kegiatan pelestarian oleh masyarakat tradisional (*indigenous people*) atau pemiliknya. Upaya perlindungan tersebut harus dilakukan agar masyarakat asli mempunyai manfaat ekonomi atas hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh nenek moyang mereka secara turun temurun. Pemerintah melalui pembentukan undang-undang dan peraturan lainnya harus mengutamakan bentuk perlindungan dan hak ekonomi yang akan diperoleh masyarakat asli sebagai pemilik *traditional knowledge* dan *folklore* (Purwaningsih, 2005). Pemerintah harus bertanggungjawab kepada siapa pun yang mengeksploitasinya, dan harus mampu memberikan sanksi hukum yang bisa memberikan efek jera kepada pihak manapun termasuk pihak asing yang memanfaatkan kekayaan dengan cara melanggar hukum (Purwaningsih, 2005).

Upaya memperlihatkan *traditional knowledge* kepada pihak luar melalui berbagai kegiatan internasional diharapkan dapat meningkatkan Upaya perlindungan. Berbagai contoh kegiatan internasional yaitu: gelar produk Pribudi se dunia pernah dilaksanakan di PBB (*United Nations International Year for the World's Indigenous*). Kegiatan tersebut bertujuan melindungi, melestarikan, dan mengembangkan TK dari masa yang sudah berlaku, saat ini hingga yang ada datang, seperti pusaka/senjata, desain/batik, bentuk upacara, teknologi lokal, sastra, seni, dan berbagai TK lainnya. Masyarakat pemilik dapat menuntut ganti kerugian, apabila ada pihak lain yang berusaha mengambil atau memanfaatkan tanpa seijin Masyarakat tradisional sebagai pemilik. Menurut penulis, berdasarkan pengamatan di beberapa UMKM di seputar Magelaran Cilik, selain masalah perlindungan hukum dan fasilitasi yang belum optimal, modal dan pemasaran, pemberdayaan dilakukan tidak hanya mengandalkan dari atas, namun partisipasi UMKM itu sendiri patut dibangun, supaya lebih mandiri dan tidak mengandalkan bantuan pihak lain.

Pemecahan masalah menggunakan *Firm theory*, bahwa pelaku usaha adalah mereka yang berani menanggung resiko (Arenas, et al, 2018). Badan Usaha harus menghasilkan produk yang bisa bersaing (Rahayu, et al, 2020). Untuk menghasilkan produk yang berkualitas dibutuhkan inovasi (Rahayu, et al, 2020). sehingga keputusan untuk membeli tinggi (Arenas, et al, 2018). Kinerja pemasaran yang tinggi akan membawa kesejahteraan pelaku usaha (O'Connor, et al, 2018).

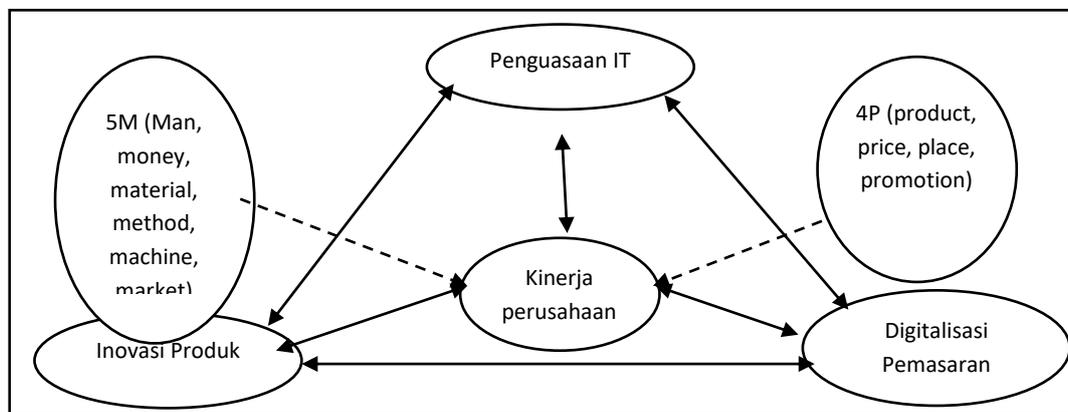


Diagram 1. Aspek-aspek yang mempengaruhi kinerja perusahaan

Source: hasil pembacaan berbagai teori firm (Rahayu, et al, 2020)

Inovasi produk yang telah dilakukan dengan biaya yang sangat banyak, perlu dilindungi dalam bentuk HKI. (Bryson, et al, 2018) minimal inovasi dan Merek (Pierce, et al, 2018). Inovasi akan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan daya saing hingga mampu mendorong terwujudnya *sustainability* (Pierce, et al, 2018). Syaratnya, diimbangi investasi IT (Walden, et al, 2018). Hal ini memperkuat posisi suatu perusahaan (Walden, et al, 2018) yang akhirnya mampu meningkatkan percepatan pemulihan perusahaan pasca terjadi resesi (Manion, et al, 2004).

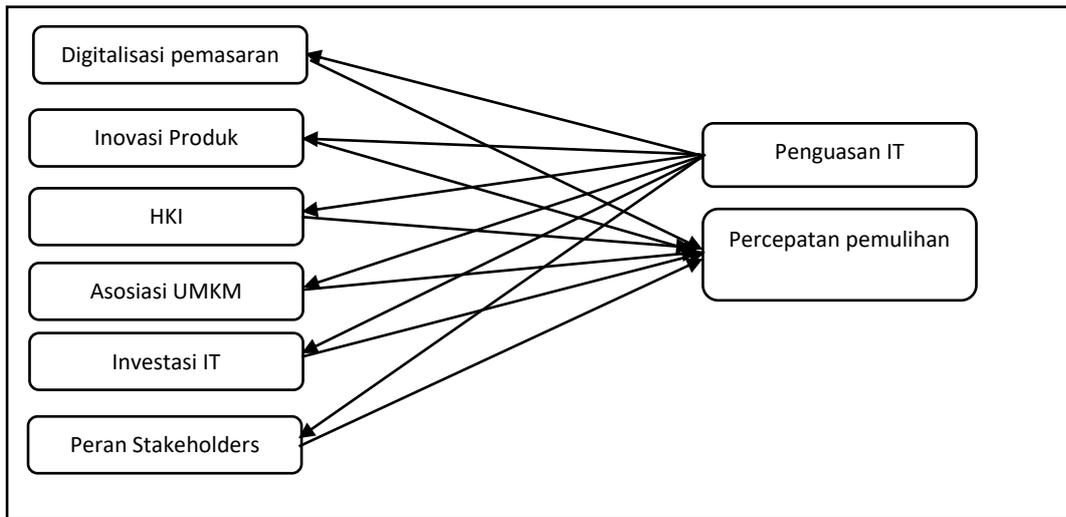


Diagram 2. Model teoritik Percepatan Pemulihan UMKM [11,12,13,14,20]

Diagram 2 menjelaskan bahwa percepatan pemulihan ekonomi UMKM merupakan fungsi dari 3 aspek utama yaitu: 1) digitalisasi *marketing*, 2) inovasi produk, dan 3) HKI, serta fungsi 4 aspek tambahan yaitu 1) pembentukan Asosiasi UMKM berbadan hukum dan revitalisasi peran koperasi 2) investasi IT, 3) peningkatan peran *stakeholders* seperti pemerintah melalui dinas perindustrian, koperasi dan UMKM, atau dinas terkait, kampus, lembaga swadaya masyarakat (NGO), perusahaan, perbankan, dan semua pihak yang peduli terhadap kemajuan UMKM, dan 4) peningkatan penguasaan IT.

PENUTUP

Pemberdayaan pelaku UMKM Magelaran Cilik yang dilakukan adalah meningkatkan peran koperasi dan dinas terkait, yang selama ini berbentuk bantuan fasilitasi program pelatihan dan beberapa perolehan legalitas. Koperasi juga membantu anggotanya dalam mendapatkan akses bahan baku produk, ini dilakukan guna menunjang perekonomian pelaku UMKM. Kendalanya adalah permodalan, *digital marketing* dan inovasi produk. Perlindungan resep turun temurun dilakukan guna melestarikan warisan nenek moyang, menjadi kunci dalam setiap memproduksi. Inovasi produk belum banyak dilakukan, termasuk varian rasa, resep baru maupun desain. Baru terdapat 1 UMKM yang melakukan inovasi produk berupa varian rasa dan tampilan. Terkait Konsep pelestarian berbasis

perlindungan resep turun temurun perlu duduk bersama untuk membangun arah pola pikir dan persepsi yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arenas, J., & González, D. Technology Transfer Models and Elements in the University-Industry Collaboration. *Administrative Sciences*, 2018, 8(2), 19. <https://doi.org/10.3390/admsci8020019>
- Bridges, L. E.. Flexible as freedom? The dynamics of creative industry work and the case study of the editor in publishing. *New Media and Society*, 2018, 20(4), 1303–1319. <https://doi.org/10.1177/1461444816688920>
- Bryson, J. M. Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. 2018
- Chih, H. K. A Model of Multidisciplinary Collaboration for the Art Licensing Industry. *International Journal of the Arts in Society*, 2011, 5(6), 137–147.
- Davis, C. H., Creutzberg, T., & Arthurs, D. Applying an innovation cluster framework to a creative industry: The case of screen-based media in Ontario. *Innovation: Management, Policy and Practice*, 2009. 11(2), 201–214. <https://doi.org/10.5172/impp>.
- Disperindag Kab Serang. *UMKM di Kabupaten Serang 2020-2021*, Serang: Dinas Disperindag, 2021
- Hartley, J. *Creative industries*. Hoboken, New Jersey: Blackwell Publishing Ltd. 2005
- Hasbullah, H., & Sulaiman, S. Industrial Internship Programme at Universiti Teknologi Petronas—A Collaboration Strategy That Enhanced Students’ Soft Skills in The Ever-Changing Technology. *International Conference on Engineering Education, Reorganization Strategy and Platform. Journal of Digital Convergence*, 2002, 18(7), 177–188. <https://doi.org/10.14400/JDC.2020.18.7.177>
- Howkins, J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane. 2011
- Kawai, H. Open Innovation University-Industry Collaboration: Student Idea Contests and Exit Strategy in Japan. *Journal of Japanese Management*, 2017, 1(2), 31–48. Retrieved from http://www.jfmra.org/doc/jjm_vol01_no2.pdf#page=37
- Luthvi Febryka Nola, 2016, “Upaya Perlindungan Hukum Secara Terpadu Bagi Tenaga Kerja Indonesia (TKI)”, *Jurnal Negara Hukum*, Vol. 7 No. 1, Juni 2016, Hlm. 35-52, DOI: <https://doi.org/10.22212/jnh.v7i1.949>
- Manion, J. Strengthening organizational commitment: Understanding the concept as a basis for creating effective workforce retention strategies. *The Health Care Manager*, 2004. 23(2), 167–176. Retrieved from <http://eprints.uanl.mx/5481/1/1020149995.PDF>

- O'Connor, J., & Gu, X. Creative industry clusters in Shanghai: A success story? *International Journal of Cultural Policy*, 2012. 20(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/10286632.2012.740025>
- Oakley, K. Not So Cool Britannia: The Role of the Creative Industries in Economic Development. *International Journal of Cultural Studies*, 2004, 7(1), 67–77. <https://doi.org/10.1177/1367877904040606>
- Pierce, L., & Toffel, M. W. The role of organizational scope and governance in strengthening private monitoring. *Organization Science*, 2013, 24(5), 1558–1584. <https://doi.org/10.1287/orsc.1120.0801>
- Rahayu, A., Krishna Yuliawati, A., & Fakhruddin, S. Value Creations Through Co-Creation and Collaboration Strategy in SMEs Creative Industry. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*. 2020. Vol. 8(1). <https://doi.org/10.21009/jpeb.008.1.8>
- Ratnasingam, J., Khoo, A., Jegathesan, N., Wei, L. C., Latib, H. A., Thanasegaran, G., Amir, M. A. How are small and medium enterprises in Malaysia's furniture industry coping with COVID-19 pandemic? Early evidences from a survey and recommendations for policymakers. *BioResources*, 2020. 15(3), 5951–5964. <https://doi.org/10.15376/biores.8.3.5951-5964>
- Reis, A. C. F. Creative Economy as a development strategy: a view of developing countries. São Paulo: Itaú Cultural. 2008. <https://doi.org/10.4135/9781526435965.n15>
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. Impact of COVID-19 pandemic on micro, small, and medium-sized Enterprises operating in Pakistan. *Research in Globalization*, 2020.2, 100018. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2020.100018>
- Walden, J. A., & Kingsley Westerman, C. Y. Strengthening the Tie: Creating Exchange Relationships That Encourage Employee Advocacy as an Organizational Citizenship Behavior. *Management Communication Quarterly*, 2018. 32(4), 593–611. <https://doi.org/10.1177/0893318918783612>
- Yusuf, S., & Nabeshima, K. Creative industries in East Asia. *Cities*, 2005, 22(2), 109–122. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2005.01.001>
- Zuhdi, U. Analyzing the Influence of Creative Industry Sector to the National Economic Structural Changes by Decomposition Analysis: The Case of Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2012. 65(ICIBSoS), 980–985. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.230>