

Analisis Optimalisasi Kinerja UMKM Melalui Perencanaan Inovasi (Studi Kasus Pada UD. Jenang Kelapa Muda)

Cahyo Tri Atmojo¹, Heru Totok Tri Wahono²

^{1,2}, STKIP PGRI Jombang

DOI: 10.15294/baej.v4i3.71157

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima, 23 November 2023
Disetujui, 13 Desember 2023
Dipublikasikan, 31 Desember 2023

Keywords:

Innovation Design, Innovation Implementation, innovation design

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya perancangan inovasi dalam optimalisasi kinerja di UD. Jenang Kelapa Muda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dengan survei, wawancara. Data dianalisis terlebih dahulu melakukan proses editing, kemudian peneliti melakukan coding, dan setelah itu pada proses ketiga peneliti melakukan tabulasi. Uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber dan juga triangulasi metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya UMKM UD. Jenang Kelapa Muda dalam mengoptimalkan kinerja melalui inovasi adalah dengan merencanakan inovasi dalam kegiatan usahanya. Perancangannya dimulai dari survei konsumen, kemudian dari hasil survei konsumen akan diketahui jumlah permintaan dan apa yang diinginkan konsumen atau pelanggan. Kemudian desain inovasi akan dilanjutkan dengan desain produk atau manajemen produk dan juga penambahan variasi sesuai tren yang ada di masyarakat.

Abstract

This research aims to provide an in-depth understanding of the importance of innovative design in optimizing performance at UD. Young Coconut Jenang. The method used in this research is descriptive qualitative. Data is collected by surveys, interviews. The data was analyzed first through the editing process, then the researcher carried out coding, and after that in the third process the researcher carried out tabulation. Validity testing uses source triangulation and method triangulation. The research results show that the efforts of UD. MSMEs. Jenang Kelapa Muda optimizes performance through innovation by planning innovation in its business activities. The design starts from a consumer survey, then from the results of the consumer survey the number of requests and what consumers or customers want will be known. Then the innovation design will continue with product design or product management and also adding variations according to trends in society.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam ekonomi Indonesia. Menurut Hafsah (2004) Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis kegiatan ekonomi yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan untuk kelangsungan hidupnya. Setiap daerah apabila terdapat UMKM yang berkembang akan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan tingkat kemiskinan. Temuan Putri (2020) mengungkapkan UMKM di kabupaten Ponorogo tersebut mampu memberikan kontribusi terhadap warga sekitarnya, yaitu dengan memberikan lapangan pekerjaan. Anggarini (2021) mengungkapkan kontribusi UMKM pada sector Hotel dan Restoran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Lampung. Salah satu sektor UMKM yang menjanjikan adalah produksi jenang kelapa muda, makanan tradisional yang memiliki potensi pasar yang luas. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, perancangan inovasi menjadi langkah penting yang harus diambil oleh pelaku usaha.

Jenang kelapa muda adalah makanan tradisional Indonesia yang terbuat dari bahan dasar kelapa muda yang diparut dan dicampur dengan gula, santan, dan bahan-bahan lainnya. Makanan ini memiliki rasa yang unik dan menyegarkan, sehingga memiliki daya tarik yang besar bagi konsumen, baik di dalam maupun di luar negeri. Meskipun permintaan akan jenang kelapa muda terus meningkat, UMKM yang terlibat dalam produksi jenang kelapa muda sering menghadapi tantangan dalam

mengoptimalkan kinerja mereka.

UD Jenang Kelapa Muda yang berlokasi di Jl.Laksda Adi Sucipto Sambong Dukuh Jombang memiliki peran penting dalam perekonomian di Kabupaten Jombang karena UD Jenang Kelapa Muda mampu mempekerjakan puluhan karyawan imbas dari permintaan jenang kelapa yang membeludak. Namun, UD Jenang Kelapa Muda ini masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan kinerja karyawannya. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah perancangan inovasi, yang dapat membantu UD Jenang Kelapa Muda meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan nilai tambah, dan bersaing di pasar yang semakin ketat.

Inovasi harus selalu dilakukan untuk memberi nilai lebih pada sebuah produk dan juga memenangkan persaingan dalam usaha. Selain itu inovasi juga bisa diterapkan pada manajemen organisasi untuk meningkatkan kapabilitas organisasi. Annisa (2023) mengungkapkan Implementasi BPM (*Business Process Management*) dan KM (*Knowledge Management*) dapat membantu organisasi meningkatkan kapabilitas mereka melalui penggunaan sumber daya pengetahuan individu dan pengetahuan kolektif organisasi yang lebih baik. Menurut Djunarko (2017) bahwa penerapan model bisnis baru yang tepat bagi PT. Rimba Partikel Indonesia dapat memperhatikan value propositions yang memberikan nilai tambah kepada pelanggan pada produk sertifikat JIS (Japanese Industrial Standar). Melalui perancangan inovasi, UD Jenang Kelapa Muda dapat mengembangkan produk baru, meningkatkan proses produksi, dan merancang strategi pemasaran yang efektif. Untuk membuat produk yang inovatif dibu-

tuhkan adanya daya kreativitas yang baik karena kreatifitas merupakan bagian yang tidak dapat lepas dari inovasi. Di & Sumber (2010) berpendapat Kreativitas inovasi produk terdapat dalam proses inovasi Perancangan inovasi juga akan berkontribusi pada pemilihan strategi dan kinerja pasar. yang tepat. Menurut Devara & Sulistyawati, (2019) bahwa semakin baik UKM industri fashion di Kota Denpasar melakukan inovasi produk maka pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran semakin besar. Namun, terdapat kebutuhan untuk lebih memahami bagaimana perancangan inovasi dapat diterapkan secara spesifik, sehingga dalam penelitian ini perlu mengungkap fokus penelitian tentang bagaimana upaya UMKM dalam mengoptimalkan kinerja melalui perencanaan inovasi.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya perancangan inovasi dalam mengoptimalkan kinerja di UD Jenang Kelapa Muda, dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi inovasi dan mengeksplorasi studi kasus UMKM yang telah berhasil menerapkan inovasi, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pemilik UD Jenang Kelapa Muda, peneliti, dan pemerintah dalam memajukan sektor ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui observasi dan wawancara. Lokasi penelitian adalah UMKM UD Jenang Kelapa Muda yang berlokasi di Jl. Laksda Adi Sucipto Sambong Dukuh Jombang. Responden adalah pemilik UMKM dan

juga karyawan. Analisis data yang dilakukan yaitu dengan peneliti terlebih dahulu melakukan proses editing, kemudian peneliti melakukan koding, dan setelah itu pada proses ke tiga peneliti melakukan tabulasi, uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber dan juga triangulasi metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan yang dihadapi UD. Jenang Kelapa Muda adalah meskipun UD. Jenang Kelapa Muda memiliki potensi pasar yang menjanjikan, UMKM ini sering menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberhasilan mereka. UD Jenang Kelapa Muda menghadapi beberapa tantangan dalam mengoptimalkan kinerjanya melalui perencanaan inovasi. Pertama, keterbatasan sumber daya seperti modal, peralatan, dan pengetahuan menjadi kendala yang dapat mempengaruhi kualitas produk, efisiensi produksi, dan daya saing di pasar yang kompetitif.

Kedua, kurangnya adopsi inovasi baru dalam berbagai aspek bisnis, seperti produksi, pemasaran, dan distribusi, dapat menyebabkan kestagnan dan kesulitan mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Ketiga, akses ke pasar dan distribusi menjadi tantangan, di mana UD Jenang Kelapa Muda perlu mengatasi kendala dalam pemasaran produk dan memperluas akses ke saluran distribusi yang efektif. Kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran dan keterbatasan akses ke platform online dan offline dapat menjadi hambatan dalam mencapai target pasar yang lebih besar. Dalam menghadapi tantangan ini, UD Jenang Kelapa Muda perlu melakukan perencanaan inovasi yang matang dan memanfaatkan pelatihan serta

dukungan yang tersedia untuk memperbaiki kinerja dan bersaing secara efektif di pasar.

Survei yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat permintaan yang tinggi untuk jenang kelapa muda di UD Jenang Kelapa Muda dengan variasi rasa baru. Sebanyak 80% responden menyatakan minat mereka terhadap produk-produk inovatif tersebut. Dari wawancara dengan pemilik UD Jenang Kelapa Muda, ditemukan bahwa keterbatasan modal dan kurangnya pengetahuan tentang inovasi menjadi hambatan utama dalam meningkatkan kinerja mereka. Implementasi perancangan inovasi di UD Jenang Kelapa Muda berhasil meningkatkan efisiensi produksi hingga 30% dan meningkatkan pangsa pasar sebesar 15% dalam 6 bulan terakhir.

Optimalisasi Kinerja UMKM Melalui Perencanaan Inovasi

Persaingan di pasar global terus meningkat setiap saat dan perusahaan perlu mengandalkan inovasi untuk tetap unggul dan bersaing dengan pesaing mereka (Wijaya et. al., 2019). Persaingan pada dunia usaha termasuk UMKM juga mengandalkan adanya inovasi sehingga UMKM dapat bersaing dan memenangkan persaingan. Permintaan yang tinggi untuk jenang kelapa muda dengan variasi rasa baru menunjukkan bahwa konsumen sangat responsif terhadap inovasi produk. Adanya inovasi dapat meningkatkan daya saing. Hijri & Atmaja, (2022) mengemukakan bahwa meningkatkan daya saing kerajinan tersebut dengan melakukan peninjauan kondisi pasar, sehingga dapat membuat produk yang sesuai dengan permintaan konsumen dan mengikuti kemajuan zaman saat ini. Hal ini memberikan peluang bagi UD Jenang

Kelapa Muda untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan. Kendala utama yang dihadapi UD Jenang Kelapa Muda adalah keterbatasan modal dan kurangnya pengetahuan tentang inovasi. Inovasi dapat didorong melalui jiwa yang semangat dalam mengejar target usaha. Sujana (2019) berpendapat bahwa salah satu cara untuk mendorong inovasi dan kreatifitas di perusahaan adalah menumbuhkan jiwa dan semangat agar tidak terjebak pada aktivitas operasional harian serta mengejar target kinerja. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan dan pelatihan untuk membantu UD Jenang Kelapa Muda mengatasi hambatan ini dan menerapkan inovasi dalam kegiatan bisnis mereka. Implementasi perancangan inovasi di UD Jenang Kelapa Muda telah memberikan hasil positif dalam hal efisiensi produksi dan pangsa pasar. Peningkatan efisiensi produksi memberikan manfaat dalam hal biaya produksi yang lebih rendah dan peningkatan jumlah produk yang dihasilkan. Sementara itu, peningkatan pangsa pasar membantu UD Jenang Kelapa Muda untuk lebih bersaing di pasar yang kompetitif. Pentingnya kolaborasi dan jejaring dalam perancangan inovasi juga terbukti dari hasil penelitian ini. UD Jenang Kelapa Muda yang menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku lokal atau bekerja sama dengan UMKM sejenis telah berhasil meningkatkan akses ke sumber daya dan pasar yang lebih besar.

Perancangan inovasi dapat menjadi solusi yang efektif dalam mengoptimalkan kinerja UD Jenang Kelapa Muda. UD Jenang Kelapa Muda perlu melakukan Langkah-Langkah strategis untuk mengoptimalkan kinerjanya melalui perencanaan inovasi. Pertama, penelitian pasar dan analisis tren menjadi penting un-

tuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen saat ini serta mengidentifikasi peluang pasar yang dapat dieksplorasi. Selanjutnya, pengembangan produk baru berdasarkan riset pasar dapat meningkatkan daya tarik dan relevansi produk jenang kelapa muda. Dalam meningkatkan kualitas produk, pemilik jenang kelapa muda menjaga sistem produksi agar berjalan dengan baik. Menurut Sofwan et. al., (2020) bahwa “Kualitas produk sangat tergantung dari pengendalian sistem produksinya”. Peningkatan kualitas produk menjadi fokus penting, dengan memastikan penggunaan bahan baku segar dan berkualitas serta eksperimen dalam proses produksi untuk mencapai tekstur dan rasa yang lebih baik. Efisiensi produksi juga harus ditingkatkan melalui peninjauan proses produksi saat ini dan penerapan teknologi modern atau otomatisasi yang mempercepat produksi dan mengurangi biaya. Purbohastuti (2017) mengungkapkan bahwa pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Pemasaran dan branding yang efektif melalui strategi pemasaran yang tepat dan pemanfaatan media sosial, situs web, dan platform e-commerce dapat meningkatkan visibilitas merek dan mencapai target pasar yang lebih luas. Kolaborasi dengan mitra bisnis dan membangun jaringan yang kuat dapat membantu dalam memperluas jangkauan dan distribusi produk. Terakhir, penelitian dan pengembangan berkelanjutan serta responsif terhadap perubahan kebutuhan konsumen menjadi kunci untuk tetap relevan dan berinovasi dalam industri jenang kelapa muda.

KESIMPULAN

Simpulan penelitian ini bahwa upaya UMKM UD Jenang Kelapa Muda

dalam mengoptimalkan kinerja melalui inovasi yaitu dengan melakukan perencanaan inovasi dalam kegiatan bisnis mereka. Perancangan dimulai dari survei konsumen, kemudian dari hasil survei konsumen akan diketahui jumlah permintaan dan apa yang diinginkan oleh konsumen atau pelanggan. Kemudian perancangan inovasi akan dilanjutkan dengan adanya desain produk atau pengelolaan produk dan juga menambah variasi sesuai tren yang ada dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. R. (2021). Kontribusi Umkm Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung 2020. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 345–355. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/indexDOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1462>
- Annisa, L. H. (2023). Peran Perancangan Model Bisnis Dalam Penerapan Teknologi Informasi Pada Proses Bisnis Industri: Literature Review. *Journal of Digital Business and Management*, 2(2), 73–83. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v2i2.274>
- Devara, K. S., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6367. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p25>
- Di, T., & Sumber, U. K. M. (2010). Available online at <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/jkie> P-ISSN: 2460-0113 I E-ISSN: 2541-4461. Available Online at <Http://Jurnal.Yudharta.Ac.Id/v2/Index.Php/Jkie>, 1, 81–90.

- Djunarko, D. C. (2017). Perancangan Inovasi Model Bisnis PT Rimba Partikel Indonesia. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 1–8. <https://media.neliti.com/media/publications/135383-ID-perancangan-inovasi-model-bisnis-pt-rimb.pdf>
- Hafsah, M. J. (2004). Upaya pengembangan usaha, mikro, kecil, dan menengah UMKM. *Jurnal Infoskop*, 1 (Upaya pengembangan umkm), 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Hijri, V. W., & Atmaja, H. E. (2022). Analisis pentingnya inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing UMKM kerajinan gerabah dusun klipoh, Borobudur. *Journal of Information System*, 6(2), 459–463. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i2.787>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3591>
- Sofwan, A., Paramitha, O., Mulyo, H., Yulistianti, H. D., Andriyani, S., & Sa'idah, N. (2020). Pengembangan Inovasi Produk Roti pada Home Industry Andil Jaya Bakery Bugo Jepara. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(2), 155. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v4i2.1187>
- Sujana, A. E. (2019). *Pentingnya Inovasi Dan Kreatifitas Era Teknologi Digital*. Senima
4. <https://doi.org/10.31227/osf.io/rkyhf>
- Wijaya, R. A., Qurratu'aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya Pengelolaan Inovasi dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 217–227. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/2922>