
Peningkatan Daya Jual Produk UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas di Kelurahan Krapyakrejo Kecamatan Gadingrejo Kota Pasuruan

Muhammad Mahrus Ali^{1*}

¹Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Merdeka Pasuruan, Indonesia'

*Email: mahrusali@unmerpas.ac.id'

ABSTRACT

Digitalization has created an era of free trade that brings forth various challenges that can threaten the existence of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The challenges to be faced involve economic activities that depend on open global competition, allowing only strong businesses to survive. Digitalization has also caused a paradigm shift in the economic world, transitioning towards a knowledge and creativity-based economy. The purpose of these activities is to enhance the competitiveness of MSMEs in Krapyakrejo Village through technology innovation as a response to the impacts brought by the digital era. The implementation of these activities employs a survey method. Based on the survey results, the existing MSME players in Krapyakrejo Village are still unprepared to face the challenges presented by digitalization. Therefore, the Community Service Program (KKN) of Madura University's Group 3 strives for improving the competitiveness of MSMEs through innovation and creativity, involving the creation of a Business Identification Number (NIB) and innovating products through packaging upgrades and marketing via digital social media. To achieve this, the service program employs a three-stage method, including the preparation stage, implementation stage, and evaluation stage. The results of these activities have brought about changes to the MSME products in Krapyakrejo Village, Gadingrejo Sub-district, Pasuruan City. These changes include products ready for sale in the marketplace, as they now possess a Business Identification Number (NIB), and the products are packaged more attractively.

Keywords: Digitalization; Inovation; UMKM;

ABSTRAK

Digitalisasi telah menciptakan sebuah era perdagangan bebas yang menghadirkan berbagai tantangan yang dapat mengancam eksistensi bagi para pelaku UMKM. Tantangan yang akan dihadapi berupa kegiatan ekonomi yang bergantung terhadap persaingan global yang bebas terbuka sehingga hanya pelaku bisnis yang kuat yang akan bertahan. Digitalisasi juga telah menyebabkan dunia ekonomi mengalami pergeseran paradigma menjadi ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan peningkatan daya saing UMKM di Kelurahan Krapyakrejo berbasis inovasi Teknologi sebagai jawaban atas dampak yang dihadirkan oleh era digital. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode survei. Berdasarkan hasil survei, para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Krapyakrejo masih belum siap untuk menghadapi tantangan yang dihadirkan oleh Digitalisasi. Maka dari itu, KKN Universitas Merdeka Pasuruan Kelompok 2 mengupayakan peningkatan daya saing UMKM berbasis inovasi dan kreativitas berupa pembuatan NIB dan melakukan inovasi terhadap produk melalui upgrading kemasan dan pemasaran melalui pemanfaatan media social digital. Untuk mewujudkan hal tersebut kegiatan pengabdian ini menggunakan metode yang terdiri dari tiga tahapan yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Adapun hasil dari kegiatan ini mampu memberikan perubahan terhadap produk UMKM di Kelurahan Krapyakrejo Kecamatan Gadingrejo Kota Pasuruan 'berupa produk siap untuk di jual di marketplace karena sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) serta produk dikemas dengan kemasan yang lebih menarik.

Kata Kunci: Digitalisasi; Inovasi; UMKM;

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah atau biasa disingkat UMKM jika merujuk pada UU Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dimiliki oleh perseorangan maupun badan usaha yang memiliki kriteria tertentu. Di Indonesia sendiri, keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah memiliki peranan yang sangat penting seperti mengurangi pengangguran, memberikan tambahan devisa, dan menambah pendapatan daerah. Pentingnya peran usaha mikro, kecil dan menengah didukung oleh pendapat (Hisnul et al., 2022) yang menyatakan bahwa keberadaan UMKM memiliki peranan yang sangat vital dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi khususnya dalam mengatasi masalah pengangguran dan kemiskinan. Pentingnya peran UMKM dalam perekonomian suatu negara juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Hisnul et al., 2022) yang menyebutkan bahwa UMKM memegang beberapa peranan penting diantaranya dapat memperkuat ekonomi, memberikan kontribusi dalam menyerap sumber daya, dan dapat menjadi strategi untuk pemerataan pendapatan nasional. Pentingnya peran UMKM juga semakin diperkuat menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada bulan Maret tahun 2022, jumlah UMKM yang ada di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan sumbangan terhadap PDB sebesar 61,07 persen dan 30 jt UMKM sudah melakukan pemasaran melalui digital, baik media social maupun marketplace. UMKM juga menyerap tenaga kerja yang tidak diserap oleh pemerintah sejumlah 97 persen dari total tenaga kerja yang ada di Indonesia.

Di era digitalisasi, telah terjadi berbagai perkembangan dan perubahan dalam segala aspek kehidupan. Aspek ekonomi tidak luput dari perkembangan dan perubahan yang disebabkan oleh digitalisasi. Digitalisasi telah menciptakan sebuah era perdagangan bebas yang menghadirkan berbagai tantangan yang dapat mengancam eksistensi bagi para pelaku UMKM yang tidak mampu mengikuti perkembangan zaman. Tantangan yang akan dihadapi berupa kegiatan ekonomi yang bergantung terhadap persaingan global yang bebas terbuka sehingga hanya pelaku bisnis yang kuat yang akan bertahan. Digitalisasi juga telah menyebabkan dunia ekonomi mengalami pergeseran paradigma menjadi ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas. Hal ini sejalan menurut pendapat (Abidin & Ismawati, 2019) mengemukakan bahwa kehidupan manusia di bidang ekonominya telah memasuki masa baru yaitu orbit ekonomi pengetahuan atau orbit ekonomi kreatif. Hal ini juga didukung oleh pendapat (Sari et al., 2013) yang menyatakan bahwa pada era digitalisasi pasar penjualan sudah mulai bergerak ke pasar pembeli, dalam era tersebut peran inovasi merupakan faktor penentu untuk bisa bersaing di dunia pasar. Terjadinya pergeseran paradigma dalam dunia ekonomi ini sejatinya memunculkan persaingan yang keras, dinamis, dan dipenuhi ketidakpastian yang terjadi hampir di semua pasar yang pada akhirnya menuntut semua perusahaan untuk selalu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar dan tindakan pesaing dalam upaya menyampaikan pelayanan yang lebih memuaskan kepada pelanggan. Semakin meningkatnya angka persaingan ini merupakan tantangan bagi para pelaku usaha khususnya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah.

Pada faktanya di lapangan, UMKM di Indonesia dapat dikatakan masih belum siap untuk menghadapi berbagai macam tantangan diatas.. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hisnul et al., 2022) di Kelurahan Krapyakrejo, Kota Pasuruan menemukan bahwa para pelaku UMKM masih belum siap menghadapi tantangan ekonomi berbasis digitalisasi dikarenakan masih kurangnya kreativitas program dalam menciptakan produk unggul dengan inovasi teknologi. Hasil ini juga sesuai (Kojo et al., 2018) menyatakan bahwa UMKM khususnya pada produk makanan dan minuman masih kurang dalam hal menerapkan inovasi terhadap produknya.

Kedua temuan diatas sejalan dengan tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat berbasis kuliah kerja nyata (KKN) Universitas Merdeka Pasuruan kelompok 2 yang ditempatkan di Kelurahan Krapyakrejo. Krapyakrejo merupakan salah satu kelurahan di wilayah Kecamatan Gadingrejo Kota Pasuruan. Kelurahan Krapyakrejo dipimpin oleh Kepala Desa dan yang terbagi 7 RW (Rukun Warga) dan 33 RT (rukun tetangga) yang masing-masing RT dibatasi dengan protokol jalan kampung. Kepala Desa adalah tokoh tertinggi ditata pemerintahan Kelurahan Krapyakrejo setelah pemerintahan Kecamatan Gadingrejo, dengan formasi tersebut tata kelola pemerintahan Kelurahan Krapyakrejo berjalan dengan baik.. Mayoritas penduduk Kelurahan Krapyakrejo bermata pencaharian sebagai pengrajin Mebel. Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, Kelurahan Krapyakrejo memiliki potensi dalam sektor ekonomi melalui UMKM yang dimiliki. Dalam kelurahan Krapyakrejo ini, selain pengrajin mebel terdapat beberapa pelaku UMKM yang bergerak di bidang industry makanan dan minuman. Adapun UMKM tersebut berupa produksi rengginang, kripik samiler, kue basah, dll. Dari beberapa produk yang ada, rengginang dan samiler merupakan produk unggulan yang ada di kelurahan krapyakrejo. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh kelompok 2 KKN Universitas Merdeka Pasuruan maka ada beberapa permasalahan

dalam sektor ekonomi khususnya dari segi umkm yang sedang dihadapi oleh masyarakat kelurahan krapyakrejo salah satunya adalah pelaku umkm yang ada di kelurahan krapyakrejo ini cenderung enggan untuk melakukan inovasi terhadap produk mereka karena mereka merasa bahwa inovasi merupakan sesuatu hal yang memiliki resiko yang tinggi dan mereka rata-rata gaktek akan teknologi.

Secara mikro, konsep inovasi dapat dilihat dari beberapa pendekatan yang berbeda (Kojo et al., 2018). Pendekatan pertama adalah inovasi yang didefinisikan dengan lebih menekankan pada proses inovasi dalam organisasi dan proses sosial yang menghasilkan inovasi sebagai kreativitas individu, budaya organisasi, dan kondisi lingkungan. Pendekatan kedua dapat mendefinisikan inovasi sebagai penciptaan produk yang memiliki nilai tambah. (Pattipeilohy, 2018) juga menyatakan bahwa perkembangan produk melalui program inovasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan agar tetap bertahan ditengah semakin ketatnya persaingan. Pendekatan yang ketiga melalui pemanfaatan media social sebagai media promosi untuk meningkatkan nilai jual dan mencakup pasar yang lebih luas. Hal ini juga sejalan dengan pendapat (Selim & Kohardinata, 2021) bahwa inovasi produk dan pemasaran mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Oleh karena itu, beberapa uraian diatas menjadi latar belakang untuk melakukan peningkatan daya saing UMKM di Kelurahan Krapyakrejo berbasis inovasi sebagai jawaban atas dampak yang dihadirkan oleh globalisasi di era digital. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis kuliah kerja nyata ini, diharapkan esensi perguruan tinggi khususnya Universitas Merdeka Pasuruan yang diwakili oleh Kelompok 2 KKN dapat menjadi problem solver, motivator, fasilitator dan dinamisator dalam pemberdayaan masyarakat beserta berbagai potensi lokalnya agar nantinya masyarakat bisa mengembangkan daerahnya secara mandiri.

METODE

Kegiatan peningkatan daya saing UMKM berbasis inovasi dan teknologi dilakukan di Kelurahan Krapyakrejo Kecamatan Gadingrejo pada tahun 2023. Sasaran utama dalam kegiatan ini adalah produk unggulan yang dimiliki oleh Desa Gugul yaitu keripik talas. Adapun metode pelaksanaan kegiatan peningkatan daya saing UMKM berbasis inovasi dan teknologi dilaksanakan dalam beberapa tahapan, sebagai berikut:

- Tahap Persiapan

Tahap persiapan dalam kegiatan peningkatan daya saing UMKM berbasis inovasi dan teknologi dimulai dari meminta izin kepada Kepala Kelurahan yang dilaksanakan pada tanggal 28 Juni 2023 di Kantor Kelurahan Krapyakrejo dengan target memperoleh izin dari kepala Kelurahan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini, melakukan survey yang dilaksanakan pada tanggal 29 Juni 2023 terhadap produk unggulan yang dimiliki oleh Kelurahan Krapyakrejo yaitu produk rengginang yang berlokasi di RW 4 dan produk samiler yang berlokasi di RW 02, serta merumuskan perencanaan pada tahap pelaksanaan

- Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan ini merupakan tahap inti yang merupakan tindak lanjut dari hasil kegiatan yang dilakukan dalam tahap persiapan. Langkah awal dalam tahap pelaksanaan ini adalah melaksanakan sosialisasi sekaligus pembuatan Logo, Packeging Produk yang dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2023 terhadap produk unggulan dengan target produk unggulan tersebut memiliki brand produk dan kemasan produk yang menarik, dilanjutkan dengan pembuatan NIB yang dilaksanakan pada tanggal 4 Juli 2023, dan pelaksanaan proses inovasi pemasaran terhadap produk pada tanggal 5 Juli 2023.

- Tahap Evaluasi

Dalam tahap yang terakhir ini, dimaksudkan untuk mengukur dan mengetahui respon masyarakat. Selain itu dalam tahap ini juga digunakan untuk mengukur sejauh mana peningkatan daya saing dan inovasi pemasaran UMKM ini memberikan dampak yang dilaksanakan di Balai Kelurahan Krapyekrejo pada tanggal 20 Juli 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berbasis kuliah kerja nyata (KKN) dengan kegiatan peningkatan kapasitas daya saing UMKM berbasis inovasi dan teknologi diawali dengan tahap persiapan. Pada esensinya dalam tahap persiapan ini dilakukan dengan tujuan untuk memetakan permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Krapyakrejo. Teknik yang digunakan dalam memperoleh pemetaan masalah adalah dengan melakukan survey kepada para pelaku UMKM khususnya produk unggulan yang dimiliki oleh kelurahan. Pada saat melakukan survey, kelompok 2 KKN Universitas Merdeka Pasuruan Tahun akademik 2022/2023 menggunakan pendekatan wawancara terhadap pegawai kelurahan setempat maupun terjun langsung terhadap pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, UMKM yang ada di Kelurahan Krapyakrejo memiliki potensi yang sangat besar untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Akan tetapi, potensi tersebut tidak tergali secara maksimal. Hasil survey juga menemukan bahwa masih terdapat kendala yang dialami oleh pelaku UMKM, antara lain : pelaku UMKM menginginkan untuk mempunyai izin berusaha akan tetapi terkendala oleh waktu dan biaya, pengemasan produk masih bersifat tradisional, dan proses pemasaran masih terpaku pada toko. Oleh karena itu diputuskan, bahwa program yang akan dilaksanakan adalah upaya untuk meningkatkan daya saing UMKM berbasis inovasi dan teknologi. Adapun upaya tersebut berupa pengurusan NIB, dan inovasi produk berupa upgreding kemasan dan strategi pemasaran melalui media social maupun marketplace.

- **Fasilitas Pembuatan NIB**

Kegiatan fasilitasi pembuatan NIB bagi produk rengginan dan krupuk samiler sebagai produk UMKM unggulan di Kelurahan Krapyakrejo dilakukan pada tanggal 1 Juli 2023. Kegiatan diawali dengan melakukan sosialisasi terhadap pemilik produk rengginan dan krupuk samiler dengan target pemilik UMKM tersebut bisa mengetahui mengenai Nomor Induk Berusaha yang pelaksanaannya sosialisasinya setelah pembuatan logo dan kemasan produk.



Gambar 1. Sosialisasi dan Pembuatan Kemasan Serta Logo Produk

Kemudian dilanjutkan dengan proses pembuatan NIB bagi produk rengginan dan samiler. Dan diakhiri dengan penyerahan NIB kepada pemilik produk rengginan dan samiler.



Gambar 2. Penyerahan NIB

- **Upgrading Kemasan**

Perlu diketahui bersama, bahwasanya penampilan kemasan produk mampu mempengaruhi mata konsumen sehingga berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini sejalan dalam penelitian yang dilakukan oleh

(Ramadhina & Mugiono, 2022) yang mengatakan bahwa persepsi nilai dan kemasan suatu produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sugiarto et al., 2021) yang menghasilkan bahwa desain kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain berpengaruh terhadap minat beli, inovasi produk melalui upgrading kemasan juga dapat menambah nilai jual atau harga jual dari produk itu sendiri. Hal ini sependapat menurut (Asmoro & Indrarini, 2021) yang menyatakan bahwa inovasi produk mampu meningkatkan harga jual barang menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu dalam kegiatan peningkatan kapasitas daya saing UMKM melalui studi kasus pada produk unggulan UMKM Kelurahan Krapyakrejo dipilih inovasi produk melalui upgrading kemasan. Pada awalnya kemasan yang dipakai oleh produk UMKM khususnya produk unggulan masih menggunakan kemasan yang sederhana, yaitu menggunakan plastic biasa tanpa adanya logo. Gambar 3. Di bawah ini merupakan gambaran kemasan awal produk samiler.



Gambar 3. Kemasan Awal Produk

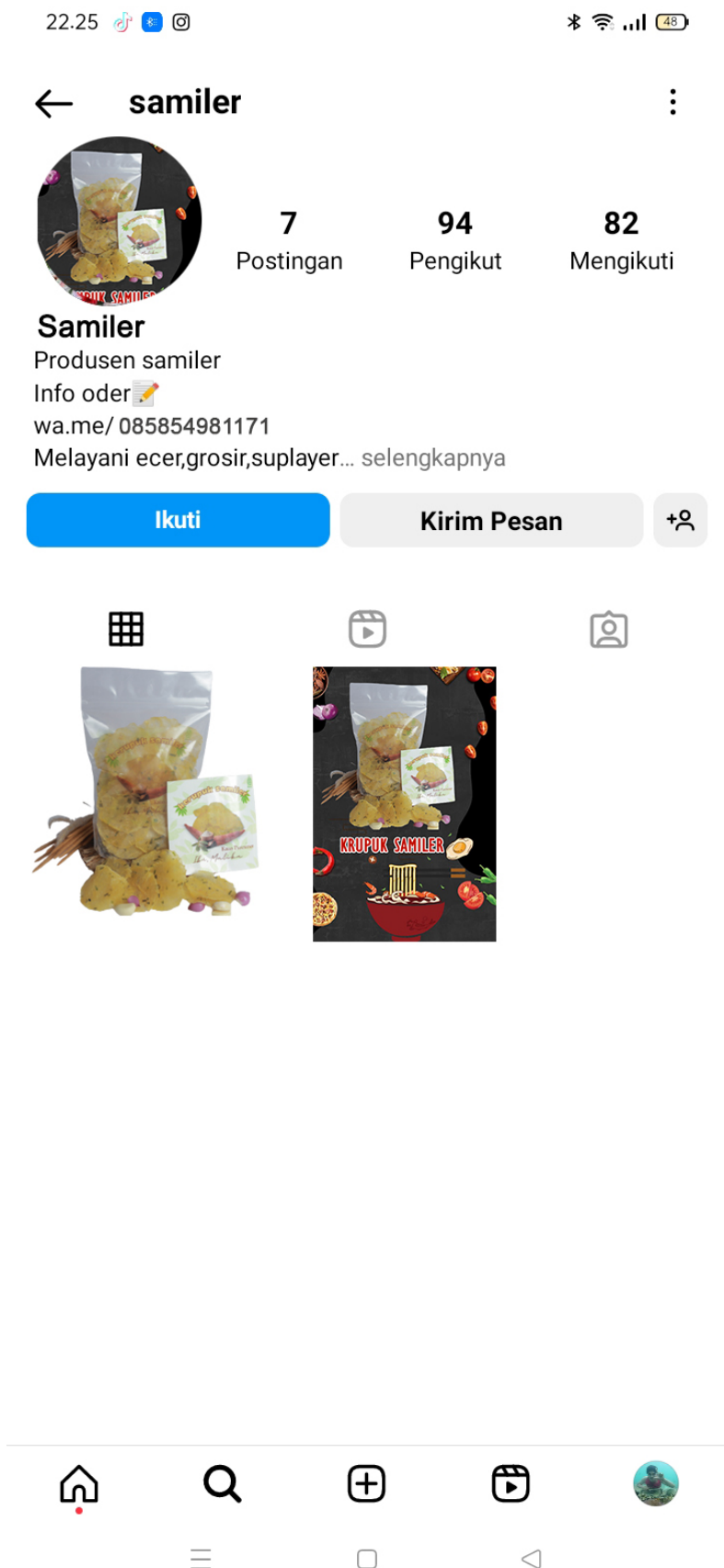
Kemasan yang pada mulanya hanya menggunakan plastik biasa di upgrade menggunakan plastic makanan yang tebal dan mudah di buka. Pemilihan bahan plastic yang tebal dan penutup kunci yang bisa di buka dan ditutup kembali tanpa harus merobeknya. Berikut hasil foto produk dan pemberian stiker pada produk samiler



Gambar 4. Kemasan Upgrading

- **Pemasaran Melalui Media Sosial**

UMKM mampu memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi untuk mengembangkan dan memperluas pemasaran melalui media social. Salah satu media sosial yang saat ini dimanfaatkan oleh banyak UMKM atau pelaku usaha bisnis lainnya adalah Instagram dan Facebook.



Gambar 5. Tampilan Penjualan di Instagram

SIMPULAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini, para pelaku UMKM diharapkan mampu untuk menyesuaikan diri ditengah tuntutan zaman untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Kehadiran inovasi, merupakan salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk tetap bertahan. Kehadiran pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Merdeka Pasuruan mampu memberikan sebuah perubahan yang sangat penting bagi para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Krapyakrejo. Perubahan tersebut berupa inovasi yang dilakukan dalam bentuk kemasan maupun pemasaran. Perubahan yang telah terciptakan diharapkan mampu menjadi pondasi dasar terkait pengembangan-pengembangan selanjutnya seperti penggunaan teknologi yang lebih canggih dalam mengupgrade kemasan agar lebih efisien dalam memproduksi.

DAFTARRUKAN

- Abidin, Z., & Ismawati, S. I. (2019). *Education Based on Innovation and Creativity in Improving the Competitiveness of Micro , Small and Medium Enterprises*. 28–34.
- Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Hisnul, H., Setiadi, P. B., & Rahayu, S. (2022). Umkm Dimasa Pandemi Covid 19 Berdampak Pada Teknology Dan Digitalisasi Pada Pusat Oleh Oleh Rahma Di Desa Kendalrejo. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i1.693>
- Kojo, C., Rogi, M. H., & Lintong, D. C. (2018). Pkm Pengembangan Inovasi Produk Makanan Dan Minuman Yang Dijual Di Seputaran Kampus Unsrat Bahu. *Jurnal Lppm Bidang Ekosobudkum*, 4(2), 68–76.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78>
- Ramadhina, A., & Mugiono. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67.
- Sari, A. Y., Sasongko, & Wahyuni, S. (2013). Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Pia Warung Glenmore Banyuwangi. *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*, 6.
- Selim, N., & Kohardinata, C. (2021). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bab1. *Performa*, 5(3), 252–261. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1776>
- Sugiarto, Y., Utari, W., & Hartati, C. S. (2021). Analisis Inovasi Produk Terhadap Harga Jual Garam Pada Pt Garsindo Anugerah Sejahtera Gresik. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(3), 148–160. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i3.515>