

Inovasi Produk Terhadap UMKM Nugget Ayam Mak Endic Ecco di Desa Cemandi RT 24 RW 05

Firmansyah Putra

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,

putrafirmansyah217@gmail.com

Abstract

MSMEs are small businesses that are initiated by someone as a job to meet their daily needs. MSMEs can also experience development if there is innovation to expand their marketing reach. With the development of digitalization, MSMEs are currently increasing and making it easier to access and deliver products for MSMEs throughout Indonesia. Therefore, with the development of systems, innovations, transactions, etc. The current systems are getting more numerous and making it easier for users to access what else the current MSME actors are. With easy access, MSME actors are very happy and want to immediately implement it in their MSMEs in order to get more prospects and income.

Keywords: MSMEs; Innovation; and System implementation

Abstrak

UMKM yaitu sebuah usaha kecil yang di rintis seseorang sebagai pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. UMKM juga dapat mengalami perkembangan juga adanya inovasi untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Adanya perkembangan digitalisasi saat ini UMKM makin banyak dan mempermudah pengaksesan dan pengiriman produk bagi UMKM di seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena itu dengan adanya pengembangan sistem, inovasi, transaksi, dll. Sistem-sistem saat ini makin banyak dan makin mempermudah bagi pengguna untuk di akses apa lagi pelaku UMKM saat ini. Dengan pengaksesan di permudah maka pelaku UMKM sangat senang sekali dan ingin segera menerapkannya dalam UMKM mereka agar mendapat prospek lebih banyak dan pendapatan.

Kata kunci: UMKM; Inovasi; dan Penerapan sistem

Pendahuluan

Kreativitas dan inovasi adalah kunci keberlanjutan UMKM di masa pandemi selain adaptasi digital. Kreativitas dan inovasi dapat menghubungkan UMKM menuju pasar global. Pelaku UMKM pada saat pandemi harus banyak melakukan motivasi agar mereka tetap stabil dan dapat meningkatkan penghasilan supaya tidak sampai mengalami kebangkrutan.¹

Adapun permasalahan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM adalah di era digitalisasi saat ini. Mengapa demikian? Karena dengan perkembangan sistem dan aturan baru membuat pelaku UMKM harus mau tidak mau mengikuti aturan tersebut. Upaya ini untuk meningkatkan pendapatan dan kemudahan bagi pelaku UMKM serta pembeli dalam hal apapun. Salah satu strategi yang bisa dilakukan UMKM adalah pivot. Biasanya pivot dilakukan untuk membantu bisnis pulih atau bertahan ketika model bisnis sebelumnya tidak dapat diterapkan saat menghadapi situasi sulit, contohnya pandemi.²

Adapun tujuan E-Marketing adalah sebuah strategi pemasaran. pemasaran e-marketing mengandalkan suatu media elektronik dan jaringan internet yang memasarkan suatu barang ataupun jasa dengan strategi. Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu usaha, dengan pemasaran yang jitu suatu usaha akan berhasil. Jadi pelaku UMKM harus juga menerapkan sistem E-Marketing ini supaya pemasaran yang dijalankan dapat berhasil dan

¹ <https://smesco.go.id/berita/jelang-2022-ini-strategi-yang-umkm-lakukan>

² <https://sahabatumkm.id/galeri/beragam-upaya-umkm-untuk-bangkit-di-masa-pandemi>

sukses karena memiliki peran penting dalam keberhasilan pemasaran terhadap UMKM apalagi dengan perkembangan era digitalisasi saat ini.³

Metode

Jadi pertama saya berdiskusi dengan mitra untuk membahas pengembangan UMKM agar dapat mengembangkan inovasi produk baru. Upaya ini adalah upaya untuk menstabilkan UMKM agar tidak mengalami penurunan produksi justru agar menambah produksi semakin banyak dan menambah pendapatan keuangan bagi mitra. Selanjutnya yaitu memulai mengajukan proposal kepada mitra apa yang ingin di kembangkan dan produk apa yang ingin dibuat. Setelah itu kami mulai membeli bahan baku untuk membuat produk inovasi baru tersebut. Lepas itu saya dengan mitra membuat dan memproduksi produk tersebut untuk di pasarkan ke masyarakat dan kita akan melakukan survei untuk meminta pendapat apa produk baru ini dapat di terima oleh masyarakat. Lalu saya membuat buku panduan yang nantinya di berikan ke mitra sebagai pedoman. Di samping itu saya juga mendokumentasikan kegiatan agar sebagai bukti bahwa saya menjalankan KKN dan bisa memotivasi anak muda untuk menerapkan kegiatan ini kedepanya. Berikutnya saya membuat rincian harga agar nantinya untuk menentukan harga pemasaran produk untuk mendapatkan prospek lebih. lalu selanjutnya saya dengan mitra menjual produk tersebut. Yang terakhir saya membuat laporan akhir sebagai catatan akhir yang nantinya diserahkan ke perguruan tinggi untuk di kroscek dan di nilai.

Hasil Dan Pembahasan

Jadi setelah program KKN berakhir mitra mendapat ilmu yang sangat bermanfaat dengan inovasi yang saya berikan mitra menjadi tahu akan perkembangan bisnis, pendapat mitra makin bertambah, dan produk baru yang saya usung sangat diterima oleh mitra. mitra sekarang makin tau akan pengaruh besar yang didapat dengan berinovasi semoga wawasan yang saya berikan berguna kelak. serta keuntungan tersebut bisa dilihat dari pendapatan yang didapat dari penjualan yang saya lakukan dengan mitra.

Sebelum adanya produk baru :

Harga jual	penghasilan
5 kg nugget	Laku 3 kg
Per 1 kg Rp 56.000	Rp. 168.000

Sesudah adanya produk baru yaitu sinom :

Hrga jual nugget	Harga jual sinom	penghasilan
6 kg	15 botol ukuran 500 ml	Nugget dan sinom
Per 1 kg Rp 56.000	1 botol ukuran 500 ml Rp 7.500	Total
Laku terjual 5 kg Rp 280.000	Laku terjual 8 botol Rp. 60.000	Rp 340.000

³ <https://komunigrafik.com/glossary/detail/e-marketing-adalah>



Kesimpulan

Jadi dengan adanya kegiatan KKN ini berdampak positif sekali bagi UMKM tersebut dan makin menambah produksi serta pendapatan bagi mitra. Lalu tanggapan masyarakat untuk produk inovasi ini sangat digemari dan diminati untuk seluruh kalangan. Selain itu dapat memotivasi kalangan muda untuk terus berinovasi untuk keberhasilan kegiatan UMKM, tidak hanya dalam UMKM saja perlu juga untuk kegiatan-kegiatan yang lain. Mitra UMKM juga sangat senang dengan adanya kegiatan ini dan berterimakasih atas pemberian ilmu dan inovasi terhadap UMKM-nya.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih atas keikutsertaan pihak-pihak yang terlibat dalam kesuksesan pelaksanaan kegiatan KKN ini semoga perbuatan baik kalian akan dibalas oleh tuhan yang maha Esa. Saya selaku penulis artikel juga mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Nara Garini Ayuningrum, S.Tr.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing lapangan KKN Universitas 17 Agustus 1945
2. Bapak Ketua RT 24 RW 05 Desa Cemandi
3. UMKM Bu Anis Desa Cemandi

Daftar Pustaka

- Andayani, Indah dan lain - lain (2021) "*Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19*" 16(1), 12-20. DOI <http://dx.doi.org/10.17977/um041v16i1p12-20>
- Faisal "2021, *beragam upaya UMKM bangkit di masa pandemi*", diakses pada 25 juni 2022, <https://sahabatumkm.id/galeri/beragam-upaya-umkm-untuk-bangkit-di-masa-pandemi>
- M. Irwamsyah, "2020, *E-marketing*", diakses pada 26 juni 2022, <https://komunigrafik.com/glossary/detail/e-marketing-adalah>

- Michael, T. (2022, September). LAW AND REDUCING THE USE OF PLASTIC BAGS IN THE CITY OF SURABAYA. In *Proceeding of Green Environment Related To Reuse, Recycle And Reduce From Waste Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 46-48).
- Munthe, RTJ dan lain - lain. (2021). "*Inovasi dan kreatif UMKM*" 1(1), 45-53. DOI <https://doi.org/10.24967/feb.v1i1.1444>
- Nursyifani, Aulia & P. Sijabat, Yacobo (2021) "*Upaya peningkatan UMKM berbasis Inovasi dan kreativitas di masa pandemi*" 9(2), 158-164. DOI <https://doi.org/10.46750/economica.v9i2.56>
- Tenten masduki tenten "2022, *jelang tahun 2022 ini strategi yang harus UMKM lakukan*", diakses pada 25 juni 2022, <https://smesco.go.id/berita/jelang-2022-ini-strategi-yang-umkm-lakukan>