

INOVASI BISNIS UMKM AYAM BAKAR PAK BLALANG

David Astera Alghozy^a, Satriadi^b, Abdul Rahman^c, Ahmad Tua Azzuhri^{d*}

Abcd*STIE Pembangunan Tanjungpinang

*E-mail : satriadi@stie-pembangunan.ac.id, asteradavid@gmail.com,
simalagt@gmail.com, abdrahman240200@gmail.com

Abstrak

UMKM di indonesia saat ini menjadi sebuah peluang usaha yang dapat membangkitkan perekonomian di indonesia. Salah satu nya Usaha UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Perkembangan UMKM yang semakin pesat akan dapat berdampak besar bagi perekonomian di indonesia. UMKM harus melakukan inovasi untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin maju. Salah satunya Usaha UMKM ayam bakar pak blalang yang terletak di kota tanjungpinang. Dalam UMKM ini ada beberapa permasalahan, salah satunya yaitu UMKM ini belum menerapkan sistem pesan online dari aplikasi online seperti GoFood dan Shoope Food. Dan UMKM ini masih menggunakan sistem pembayaran manual untuk melakukan transaksi pembayaran. Metode yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif untuk memberikan informasi kompherensif kepada peneliti. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini bahwa Usaha UMKM ayam bakar pak blalang sudah menerapkan beberapa inovasi bisnis untuk dapat terus mengembangkan usaha UMKM di era globalisasi saat ini.

Kata kunci: Inovasi, Bisnis, UMKM

PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan menengah memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian di indonesia baik di daerah maupun suatu negara. Hadirnya UMKM di indonesia terbukti bahwa UMKM dapat mengatasi terjadinya krisis ekonomi di indonesia. UMKM mampu bertahan dengan kondisi apapun untuk mempertahankan usahanya. Krisis yang menimpa di Indonesia pada tahun 1997 dengan krisis moneter yang berdampak negatif bagi perekonomian di indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. Dengan kemajuan UMKM saat ini dapat meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Pada saat ini UMKM mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat indonesia yang belum memiliki pekerjaan. Usaha di bidang kuliner merupakan peluang usaha yang dapat menjanjikan bagi usaha UMKM. Padatnya jumlah penduduk di indonesia dan pertumbuhan indonesia yang semakin pesat menjadikan peluang besar bagi usaha UMKM di bidang kuliner. Usaha dibidang kuliner di indonesia sangat berperan penting dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM tepatnya dibidang kuliner harus mampu bersaing dengan pesaing lainnya agar dapat mempertahankan usaha UMKM tersebut.

Menurut (Lucky et al., 2020) SDM yang unggul pada proses usaha UMKM diharapkan mampu untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas atas produk yang dihasilkan terutama pada produk yang bergerak di bidang kuliner. Selain itu dengan dukungan SDM yang berkualitas, maka usaha UMKM tersebut dapat dijadikan sebagai pemenang di tengah persaingan usaha di era globalisasi ini.

Menurut (Nizam et al., 2020) Inovasi dapat dijadikan sebagai strategi yang paling efektif untuk dapat mencapai suatu keberhasilan usaha UMKM tersebut. Oleh karena itu inovasi sangat penting bagi UMKM untuk dapat menciptakan ide ide produk baru untuk dapat mencapai permintaan konsumen sehingga produk yang dihasilkan akan lebih berkualitas dan memiliki nilai jual yang tinggi.

Menurut (Tri Juni Munthe & Rianto Rahadi, 2021) Kreatifitas dalam pengembangan usaha bisnis saat ini sangat diperlukan terutama bagi para pelaku usaha UMKM. Adanya kreatifitas yang dimiliki akan lebih optimal untuk dapat menghasilkan suatu produk yang berinovasi, serta dapat menciptakan produk yang lebih unik dari para pesaing UMKM lainnya.

Inovasi dalam usaha bisnis UMKM menjadikan sebagai kunci untuk berlangsungnya hidup usaha UMKM. Banyak pesaing pesaing yang melakukan inovasi bisnis pada usaha UMKM untuk dapat mengendalikan serta mempertahankan usaha bisnis UMKM tersebut, pelaku usaha UMKM terus melakukan inovasi pada produknya untuk menciptakan produk yang berkualitas. Pelaku usaha UMKM dituntut untuk bisa berpikir secara kreatif agar produk yang dihasilkan dapat mengikuti perkembangan zaman pada era globalisasi saat ini. Menurut (Hartini, 2017) Inovasi dapat di interpretasikan secara meluas dan beragam dengan berbagai cara. Inovasi merupakan sebuah pemberian ide ide atau gagasan baru yang dapat memberikan nilai tinggi kepada konsumen. Menurut (Soetjitro, 2017) dapat disimpulkan bahwa kreatifitas merupakan suatu ide untuk menciptakan atau mengembangkan produk dan jasa menjadi lebih berkualitas dengan memanfaatkan teknologi dan memiliki keunggulan dalam bersaing UMKM.

Salah satu kuliner yang digemari di indonesia salah satunya yaitu Ayam bakar, ayam bakar sendiri merupakan kuliner yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat indonesia saat ini. kuliner ayam bakar sangat digemari oleh masyarakat indonesia karena dengan harganya yang lumayan terjangkau. Dalam bidang kuliner ini Banyaknya pelaku usaha yang melihat bisnis ayam bakar sebagai peluang bisnis UMKM di indonesia. Salah satu yang memanfaatkan peluang usaha tersebut adalah Usaha Ayam Bakar pak blalang yang terletak di kota tanjungpinang, Usaha kuliner ini berdiri sejak tahun 2016 dengan menghadirkan Ayam Bakar yang memiliki bumbu yang khas. Usaha Kuliner ini terletak di Jalan Bandara tepatnya di kedai kopi pak blalang. Ayam Bakar Pak blalang menjadi tempat penelitian karena ayam bakar pak balalang adalah salah satu kuliner yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat tanjungpinang. Dalam persaingan yang semakin pesat banyaknya persaingan usaha yang sama sehingga menjadi tantangan bagi usaha Ayam Bakar pak blalang. Dalam menghadapi persaingan bisnis dibidang kuliner ini pelaku usaha Ayam Bakar Pak Blalang harus mengembangkan usaha agar dapat mampu bersaing dalam persaingan di bidang kuliner. UMKM Ayam bakar pak blalang melakukan pemasaran langsung dengan berjualan di depan usaha kedai kopi pak blalang. UMKM ini berjualan dari pukul 17:00 hingga pukul 22:00 setiap hari. UMKM ini

memiliki ciri khas tersendiri dengan menciptakan bumbu khas tersendiri yang berbeda dari usaha ayam bakar lainnya. Usaha UMKM ini mempromosikan usaha UMKM dengan melalui Word of Mouth atau mulut ke mulut. Dalam UMKM ini ada

beberapa permasalahan, salah satunya yaitu UMKM ini belum menerapkan sistem pesan online dari aplikasi online seperti GoFood dan Shoope Food. Dan UMKM ini masih menggunakan sistem pembayaran manual untuk melakukan transaksi pembayaran. Solusi permasalahan dari Usaha Ayam bakar pak blalang ini yaitu dengan melakukan inovasi baru untuk membantu menyelesaikan permasalahan pada UMKM ini dengan memanfaatkan aplikasi online food untuk membantu memasarkan produk tersebut ke kalangan yang lebih luas dan meningkatkan perekonomian pada UMKM ini. Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui inovasi produk dan inovasi yang dilakukan dalam usaha UMKM Ayam bakar pak blalang.

KAJIAN LITERATUR

Kewirusahaan

Menurut (Lubis, 2020) Kewirusahaan Merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh wirausaha untuk menjalankan usaha dengan mengembangkan semangat membangun usaha serta siap dalam menerima resiko terhadap usaha yang dijalankan demi mencapai kesuksesan tersebut. Wirausahawan menciptakan peluang serta memanfaatkan ide ide inovasi sehingga ide tersebut dapat dijual dan dipasarkan sehingga dengan memanfaatkan waktu, biaya dengan tujuan target keuntungan yang menghasilkan laba.

UMKM

Menurut (Rahmini, 2017) Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan usaha yang mampu menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, memberikan pelayanan lebih kepada masyarakat. UMKM berperan dalam membantu meningkatkan pendapatan, dan mengembangkan pertumbuhan ekonomi. UMKM saat ini menjadi faktor pendorong bagi perekonomian indonesia, hal ini dikarenakan UMKM mampu menyeimbangkan perekonomian dan memiliki keunggulan dalam menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat, keunggulan yang dimiliki umkm akan berdampak bagi perekonomian indonesia saat ini. Pemberdayaan UMKM memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas perekonomian nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya. Dengan demikian tujuan UMKM yang ingin dicapai adalah terwujudnya UMKM yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.

Kekuatan dan Kelemahan UMKM

Menurut (Mohamad & Utomo, 2017) UMKM memiliki beberapa kekuatan yang merupakan andalan usaha UMKM untuk dapat mengembangkan usaha UMKM tersebut.

- Menyediakan lapangan kerja yang luas yang dapat menyerap hampir 50% tenaga kerja yang tersedia
- Sumber wirausaha baru keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini terbukti dapat mendukung tumbuh kembangnya wirausaha baru.
- Memiliki segmen usaha pasar yang unik, melaksanakan manajemen sederhana dan fleksibel terhadap perubahan pasar.
- Memanfaatkan sumber daya alam sekitar, industri kecil sebagian besar memanfaatkan limbah atau hasil sampai dari industri besar atau industri yang lainnya.
- Memiliki potensi untuk berkembang. Berbagai upaya pembinaan yang dilaksanakan menunjukkan hasil yang menggambarkan bahwa industri kecil mampu untuk dikembangkan lebih lanjut dan mampu untuk mengembangkan sektor lain yang terkait.

Kelemahan, yang sering juga menjadi faktor penghambat dan permasalahan dari Usaha Mikro terdiri dari 2 faktor:

Faktor Internal

Faktor internal, merupakan masalah klasik dari UMKM yaitu diantaranya: Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia, kendala pemasaran produk sebagian besar pengusaha industri kecil lebih memprioritaskan pada aspek produksi sedangkan fungsi-fungsi pemasaran kurang mampu dalam mengakseskannya, khususnya dalam informasi pasar dan jaringan pasar, kecenderungan konsumen yang belum mempercayai mutu produk Industri Kecil, dan kendala permodalan usaha sebagian besar Industri Kecil memanfaatkan modal sendiri dalam jumlah yang relatif kecil.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan masalah yang muncul dari pihak pengembang dan pembina UMKM. Misalnya solusi yang diberikan tidak tepat sasaran tidak adanya monitoring dan program yang tumpang tindih.

Kreatifitas

Menurut (Tri Juni Munthe & Rianto Rahadi, 2021) Kreatifitas merupakan suatu pola pikir yang dapat menciptakan suatu ide ide kreatif untuk menemukan sesuatu hal yang baru, menciptakan suatu ide ide dengan kombinasi dengan produk produk yang sudah ada sehingga memiliki perubahan yang sangat signifikan terhadap ide ide kreatif. Kreatifitas merupakan kemampuan untuk memberikan gagasan baru dan menciptakan sesuatu baru yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada.

Bisnis

Menurut (Sukma, 2021) Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapat keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Keseluruhan rangkaian kegiatan menjalankan usaha yang lengkap akan membentuk kelompok-kelompok kegiatan menurut fungsinya, sehingga masing-masing kelompok kegiatan tersebut dinamakan fungsi bisnis. bahwa kegiatan bisnis itu dapat dilakukan secara individu maupun kelompok yang terorganisasi dalam suatu

institusi, dengan tujuan menghasilkan atau memasarkan barang atau jasa yang dibutuhkan masyarakat. Jadi, bisnis adalah suatu kegiatan yang dilakukan baik dengan cara berkelompok maupun dengan cara individu dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memasarkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Persaingan Bisnis

Menurut (Sukma, 2021) Usaha Bisnis tidak akan pernah terlepas dari unsur persaingan. Jadi tidak ada usaha bisnis yang dapat tenang dalam menghadapi persaingan bisnis. Oleh karena itu banyak nya usaha bisnis yang menjadi persaingan bisnis saat ini menjadi sangat ketat. Persaingan bisnis merupakan perlombaan antara pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya untuk mendapatkan apa yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survey, sumber daya yang dibutuhkan. Persaingan juga merupakan usaha usaha yang lebih dari 2 pihak atau lebih perusahaan yang masing masing bergiat untuk dapat unggul dengan menawarkan produk dan jasa yang berkualitas. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk potongan harga, promosi, kemasan, desain dan segmentasi pasar.

Dalam dunia persaingan usaha dikenal dengan dinamika persaingan yang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap pada periode-periode tertentu. Untuk itu perusahaan perlu memperhatikan dinamika yang terjadi agar mereka bisa mengikuti persaingan supaya tidak mengalami kekalahan dalam kompetisi pasar.

Ada beberapa persaingan bisnis yaitu : Persaingan sehat, Persaingan antara perusahaan-perusahaan atau pelaku bisnis yang diyakini tidak akan menuruti atau melakukan tindakan yang tidak layak dan cenderung mengedepankan etika-etika bisnis. Persaingan gorok leher, persaingan ini merupakan bentuk persaingan yang tidak sehat atau fair, dimana terjadi perebutan pasar antara beberapa pihak yang melakukan usaha yang mengarah pada menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan lawan, sehingga salah satu tersingkir dari pasar dan salah satunya menjual barang dibawah harga yang berlaku di pasar.

Oleh sebab itu hukum persaingan usaha adalah seperangkat peraturan yang mengatur persaingan antar pelaku usaha agar tercipta persaingan pasar sehat. Pelaku usaha di Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi dengan memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha merupakan cara pengusaha/pemilik usaha untuk mempertahankan eksistensi guna untuk tetap mendapatkan keuntungan tanpa harus berbuat kecurangan.

Jenis - jenis Bisnis

Menurut (Loppies & Putu Sugih Arta, 2021) ada beberapa macam jenis bisnis, untuk memudahkan mengetahui pengelompokannya maka dapat dikelompokkan sebagai berikut: Ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi. Industri, Bisnis yang bergerak di bidang industri. Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud

Elemen Bisnis

Menurut (Surepi et al., 2021) Elemen bisnis yang utama dan merupakan sumber daya yang kompetitif bagi sebuah bisnis terdiri dari empat elemen utama yaitu: Modal, Sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan aktivitas bisnis. Bahan Material, bahan-bahan yang terdiri dari sumber daya alam, termasuk tanah, kayu, mineral, dan minyak. Sumber daya alam tersebut disebut juga sebagai faktor produksi yang dibutuhkan dalam melaksanakan aktivitas bisnis untuk diolah dan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Sumber daya manusia, sumber daya yang berkualitas yang diperlukan untuk kemajuan sebuah bisnis. Kerampilan Manajemen, Suatu bisnis yang sukses adalah suatu bisnis yang dijalankan dengan manajemen yang efektif. Sistem manajemen yang efektif adalah sistem yang dijalankan berdasarkan prosedur dan tata kerja manajemen.

Inovasi

Menurut (Aida Handini Virgia, 2020) Inovasi merupakan suatu ide atau pemikiran untuk menciptakan sesuatu yang baru. Inovasi berkaitan dengan pola pemikiran ide-ide baru yang ingin diwujudkan dengan perubahan yang mencakup kreatifitas dalam menciptakan produk, jasa, atau aktifitas baru. Pelaku usaha UMKM harus mampu dalam melakukan inovasi-inovasi baru supaya perusahaan yang dijalankan akan dapat berkembang. Dengan adanya produk yang berinovasi maka akan menambah nilai jual tinggi sehingga produk yang dihasilkan memiliki keunggulan yang dapat menarik konsumen. Kesuksesan suatu pelaku usaha dapat dilihat dari perkembangan produk yang dihasilkan dan selalu memiliki ide untuk menciptakan produk-produk baru. Dalam melakukan inovasi terhadap produk baru yang ingin dikembangkan maka kebutuhan dan keinginan konsumen akan terwujud sehingga dapat menarik konsumen dalam daya minat terhadap produk baru. Hadirnya inovasi dapat meningkatkan perkembangan produk dan kesuksesan suatu usaha. Maka Inovasi Merupakan

Peran penting dalam menciptakan, prototype suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen agar dapat menarik konsumen sehingga menimbulkan daya beli, meningkatkan penjualan serta menciptakan produk yang lebih unggul.

Peran Penting Inovasi dalam UMKM

Pentingnya Inovasi untuk UMKM yaitu dengan mengembangkan suatu ide baru atau memodifikasi produk lama menjadi produk yang berkualitas sehingga akan mendapatkan suatu nilai yang berharga untuk produk UMKM. Dengan melakukan inovasi-inovasi produk atau melakukan prototype maka akan membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Pada persaingan pasar yang ketat, produk yang diciptakan atau dimodifikasi harus selalu bervariasi dengan kualitas

produknya. Hal ini dikarenakan persaingan pasar yang ketat sehingga pelaku usaha harus mampu bersaing dengan memodifikasi atau menciptakan produk baru agar dapat bertahan dari persaingan pasar. Hal ini pelaku usaha UMKM harus selalu memiliki ide ide kreatif dalam memodifikasi atau menciptakan hal baru sehingga dapat meraih kesuksesan dalam bersaing dan adanya inovasi dapat mengembangkan suatu usaha yang lebih unggul dalam bisnis (Khotimah & Budi, 2020)

Jenis Jenis Inovasi UMKM

Menurut (Dhamayantie & Fauzan, 2017) ada beberapa jenis jenis inovasi UMKM. Inovasi Produk, Inovasi ini melakukan perubahan terhadap produk sebelumnya dengan menggunakan konsep ide terbaru agar produk tersebut memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan inovasi produk ini dapat menciptakan kebutuhan produk bagi konsumen sehingga produk yang diharapkan dapat sesuai dengan keinginan konsumen. Inovasi Proses, Inovasi ini melakukan modifikasi terhadap produk sehingga dapat menjadi produk yang berkualitas, biaya yang lebih kompetitif dan kualitas produk yang lebih efisien. Inovasi Metode Pelayanan, Inovasi ini mengacu pada perubahan baru dalam berinteraksi dengan konsumen agar konsumen mendapat pelayanan lebih baik. - Inovasi Strategi Inovasi ini mengacu pada strategi baru dalam usaha untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar. Inovasi ini mengacu pada pada aspek visi, misi, tujuan, serta strategi baru dan juga menyangkut kenyataan yang muncul sehingga dibutuhkan sesuatu strategi dan kebijakan baru. Inovasi Sistem, Kebaruan dalam konteks interaksi ataupun ikatan yang dilakukan dengan pihak aktor lain dalam rangka sesuatu transformasi pengelolaan organisasi. Beberapa dari jenis inovasi diatas bahwa inovasi memiliki jenis jenis yang berbeda beda. Inovasi tidak hanya berfokus pada suatu produk, tetapi inovasi berfokus pada keseluruhannya.

Indikator Inovasi UMKM

Menurut (Kusumawati, 2010) Inovasi merupakan suatu mekanisme usaha untuk beradaptasi cepat dalam lingkungan yang dinamis. Oleh karena itu pelaku usaha UMKM dituntut untuk terus berkreasi dalam menciptakan ide ide yang baru, dengan menawarkan produk yang efisien, meningkatkan pelayanan serta memenuhi kebutuhan konsumen. Indikator Inovasi meliputi : Keunikan, Suatu karya ide yang unik dalam sebuah produk yang di diciptakan akan menjadi kelangsungan hidup usaha. Dengan melakukan beberapa tahap inovasi dan memodifikasi produk untuk meningkatkan kualitas produk agar menjadi produk yang efisien. Bila inovasi ini sudah berjalan maka akan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Kualitas, Kualitas Produk merupakan hal yang dilihat oleh konsumen sehingga dapat menjadi daya minat konsumen untuk membeli produk yang berkualitas. Dengan tingkat kualitas produk yang tinggi maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk dan dapat bersaing dengan pesaing lain, serta produk tersebut dapat dijual dengan harga lebih kompetitif. Multi Fungsi, produk yang memiliki Multi Fungsi menyebabkan usaha tersebut dapat mengurangi tingkat kegagalan, mengurangi pengerjaan kembali, dan pemborosa, mengurangi ketidak puasan pelanggan, meningkatkan hasil dan kapasitas.

Perkembangan Inovasi Bisnis UMKM

Menurut (Malik et al., 2021) Pelaku usaha melakukan berbagai perkembangan usaha untuk dapat keberlangsungan hidup usaha UMKM dan pelaku usaha UMKM selalu melakukan inovasi terhadap usaha yang dijalankan agar dapat berjalan hingga mencapai suatu tujuan. Pelaku usaha mulai memikirkan keberlangsungan usaha UMKM dalam melakukan perkembangan inovasi baru yang didukung dengan adanya teknologi saat ini. pelaku usaha UMKM mulai membuka peluang untuk memanfaatkan teknologi dengan melakukan inovasi terbaru yaitu dengan berjualan melalui online atau sosial media. Dengan adanya Media sosial usaha UMKM mulai bangkit dari keterpurukan kritis ekonomi. Perkembangan UMKM mulai membaik dengan adanya teknologi, Sehingga perputaran ekonomi mulai stabil sehingga saat ini UMKM sangat berperang penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan bahwa pelaku usaha benar benar memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan bisnis UMKM dimasa globalisasi saat ini.

Strategi Inovasi UMKM

Menurut (Ramli, 2022) Strategi adalah suatu tindakan atau ramalan untuk menentukan perusahaan yang di miliki akan berjangka panjang. Dengan adanya Strategi perusahaan maka akan memiliki visi misi yang jelas agar tidak kalah bersaing dengan para pesaing lainnya. Keberhasilan suatu perusahaan akan berpengaruh dengan adanya keputusan dalam pengembangan keputusan yang tepat. Strategi Pemasaran sangat penting bagi perusahaan untuk tetap Mengembangkan Produk dengan inovasi terbaru agar tidak kalah saing dengan pesaing lainnya. Pelaku Usaha UMKM harus memiliki jiwa kreatifitas untuk menciptakan Produk produk yang baru untuk menghasilkan nilai jual yang tinggi. Dalam pengembangan Produk baru, Pelaku usaha harus fokus dengan satu tujuan agar inovasi dapat di kembangkan dengan efektif dan efisien. Hal ini bahwa peran inovasi sangat penting digunakan dalam pengembangan produk di berbagai sektor. Inovasi dapat memajukan serta mengembangkan

suatu Usaha UMKM, hal ini Pelaku usaha terus meningkatkan Usahanya dalam kemajuan erateknologi. Perkembangan UMKM yang begitu cepat akan berdampak besar pada persaingan pasar, hal ini disebabkan oleh adanya kemajuan teknologi yang begitu pesat. Inovasi sangat berperan penting bagi UMKM agar dapat Bertahan dalam Persaingan Bisnis.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kami pada UMKM Ayam Bakar pak blalang menggunakan metode jenis penelitian kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) Metode kualitatif merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dalam melakukan sebuah wawancara langsung kepada objek yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu Usaha UMKM Ayam Bakar Pak Blalang. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Menurut (Sugiyono, 2017) bahwa data primer merupakan sumber data penelitian secara langsung dari sumber yang diteliti dalam usaha ayam bakar pak blalang. Jadi data ini didapatkan secara langsung dengan dilakukan wawancara. Peneliti mengumpulkan data objek dengan metode survey. dalam metode survey Peneliti melakukan pertanyaan kepada pemilik usaha Ayam bakar pak blalang untuk mendapatkan informasi atau

data dalam perkembangan inovasi bisnis pada Usaha UMKM ini. Sedangkan metode observasi peneliti mengunjungi tempat usaha ayam bakar pak blalang untuk mengamati aktivitas usaha untuk mendapatkan data dan informasi. Dalam data sekunder ini peneliti mendapatkan data dan informasi secara tidak langsung atau melalui penelitian terdahulu. Penulis ini dalam mendapatkan data dan informasi melalui media perantara seperti Buku, Artikel, arsip dan lainnya. Teknik pengumpulan data ini menggunakan 3 metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut (Sugiyono, 2017) Wawancara merupakan suatu proses tanya jawab secara langsung untuk memperoleh sebuah informasi dari informan. Informasi yang dapat diambil berupa tulisan. Wawancara ini dapat dikatakan proses utama dalam bentuk pengamatan secara langsung. Wawancara dapat dilakukan secara teratur maupun tidak teratur, dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis wawancara secara teratur yang dimana peneliti sudah mempersiapkan pertanyaan pertanyaan untuk ditanyakan kepada pemilik usaha ayam bakar pak blalang. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung kepada objek yang diteliti secara dekat. Observasi dalam penelitian ini mengamati objek objek atau kegiatan yang ada didalam usaha ayam bakar pak blalang. Pada teknik pengumpulan data usaha ayam bakar pak blalang ini selain menggunakan metode wawancara dan observasi dalam mendapatkan informasi dan data yang diperlukan. Penelitian ini juga menggunakan metode dokumentasi untuk sebagai objek nyata dalam penelitian ini, penelitian ini menggunakan tahapan pengambilan foto dalam proses penelitian. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif Dalam penelitian kualitatif data yang di ambil dari beberapa sumber objek penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bervariasi, dengan cara melakukan menggunakan tahapan secara terus menerus sehingga hasil yang diteliti akan semakin valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM ayam Bakar Pak Blalang yang bergerak di bidang kulineran. Pemilik UMKM Ayam Bakar Pak Blalang ini bernama Ibu Mini, UMKM ini didirikan bersama suami pada tahun 2016. Ayam Bakar Pak Blalang ini berawal dari Ibu mini seorang ibu rumah tangga yang ingin membantu perekonomian keluarga kerena menurut Ibu mini hanya mengharapkan dari gaji pekerjaan suami sebaga Pegawai negeri sipil tidak akan memenuhi kebutuhan keluarga Ibu

Mini, Maka ibu Mini berfikir untuk membuka usaha Ayam Bakar ini. UMKM Ayam bakar ini pada awalnya menggunakan sistem promosi WOM atau Word of mouth, Promosi ini berjalan melalui konsumen kepada konsumen lainnya. Pada UMKM Ayam Bakar pak blalang ini yaitu masih minimnya teknologi pada usaha UMKM ini yaitu masih menggunakan Sistem Transaksi Manual untuk melakukan pembayaran. Dan permasalahan lainnya yaitu UMKM ini belum memanfaatkan media sosial sebagai promosi digital untuk menambah pelanggan dari media sosial tersebut, dan juga belum memanfaatkan aplikasi online Food seperti GoFood dan ShoopeFood. Tetapi dengan adanya penelitian ini maka UMKM ini sudah melakukan beberapa inovasi untuk dapat mengembangkan usaha UMKM Ayam bakar pak blalang.

Inovasi yang dilakukan pada UMKM ini yaitu Menggunakan Transaksi banking UMKM ini awalnya masih menggunakan sistem transaksi manual di meja kasir, sekarang UMKM ini sudah bisa memanfaatkan transaksi melalui banking. Transaksi banking adalah layanan melakukan transaksi yang dapat memudahkan konsumen untuk membayar pesanan serta dapat memudahkan pemilik usaha untuk dapat menghitung angka penghasilan melalui transaksi banking tersebut. Transaksi ini menggunakan internet bisa melalui handphone dan barcode.

Ayam bakar pak blalang juga sudah menerapkan media sosial sebagai media promosi usaha ayam bakar pak blalang. Pada awalnya usaha umkm ayam bakar pak blalang masih menggunakan sistem promosi dari mulut ke mulut untuk dapat menarik konsumen. Tetapi sekarang usaha UMKM ini sudah menggunakan manfaat dari media sosial untuk dapat meluasjangkau pasar sehingga UMKM ayam bakar pak blalang ini banyak dikenal oleh kalangan masyarakat tanjungpinang.

Inovasi selanjutnya UMKM ini juga sudah menerapkan Sistem Online Food untuk harus mengikuti perkembangan zaman dan dapat bersaing dengan usaha ayam bakar lainnya. Pada awalnya Usaha UMKM Ayam Bakar pak blalang belum memanfaatkan aplikasi online food ini sehingga ketinggalan dari pesaing pesaing lainnya. Dan akhirnya Menyadari bahwa perkembangan zaman sekarang dapat membantu perekonomian usaha UMKM untuk dapat terus meningkatkan omset dari aplikasi online tersebut.

SIMPULAN

Inovasi yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha UMKM Ayam Bakar Pak Blalang agar menjadi lebih inovatif agar dapat mengembangkan usaha Ayam Bakar Pak Blalang yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi usaha UMKM ini, Menggunakan sistem transaksi Banking untuk mempermudah sistem pembayaran online dan sistem online food. Yang dapat membedakan UMKM ini yaitu UMKM ini memiliki bumbu cita rasa tersendiri untuk menghasilkan rasa yang khas dari Ayam Bakar Pak Blalang ini.

Terlepas dari simpulan diatas, saran yang akan disampaikan dalam penelitian tentang porduk inovasi pada UMKM Ayam Bakar Pak Blalang yaitu melakukan inovasi baru atau menambahkan menu baru untuk terus mengembangkan usaha UMKM ini dikalangan masyarakat kota tanjungpinang.

REFERENSI

- Aida Handini Virgia. (2020). *Digitalisasi umkm sebagai Hasil inovasi dalam komunikasi pemasaran sahabat umkm selama pandemi covid-19*. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). *Penguatan karakteristik dan kompetensi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja umkm*.
- Hartini, S. (2017). *Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis*. Khotimah, H., & Budi, S. (2020). Analisis Peran Inovasi, Kompetensi Akuntansi, dan

- Dukungan Pemerintah terhadap Daya Saing UMKM Kota Tangerang Selatan. *Keberlanjutan : Jurnal Manajemen Dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.32493/keberlanjutan.v5i2.y2020.p117-130>
- Kusumawati, R. (2010). *Pengaruh karakteristik pimpinan dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan*.
- Loppies, Y., & Putu Sugih Arta, I. (2021). *Pengantar manajemen bisnis*. www.penerbitwidina.com
- Lubis, M. (2020). *Efektifitas kewirausahaan dalam meningkatkan jiwa enterpreneur mahasiswa stain mandailing natal*.
- Lucky, M., Stie, N. R., & Bandung, K. (2020). *Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19*.
- Malik, T., Mohi, S., Suleman, R., & Widyastari, F. (2021). Pengembangan Usaha UMKM Hasrat Pada Masa Pandemi Covid-19 di. *Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 4(2), 127–139.
- Mohamad, A., & Utomo, N. (2017). *Kajian strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kota tarakan*.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). *Pengaruh orientasi kewirausahaan inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap pemasaran UMKM*. 5–2.
- Ramli, A. (2022). *Strategi inovasi terhadap kinerja operasional kerajinan eboni kota palu* (Vol. 8, Issue 1).
- Soetjitro, P. (2017). Instrumen total quality management (tqm) sebagai pilihan alat pengendalian. In *VALUE ADDED* (Vol. 6, Issue 2). <http://jurnal.unimus.ac.id>
- Sugiyono. (2017). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*.
- Sukma, T. (2021). Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. In *Bisnis Dharma Andalas* (Vol. 23, Issue 1).
- Surepi, lenda, Rahmat, A., & Julita, R. (2021). *Peranan administrasi bisnis dalam strategipengembangan usaha*. 4–1.
- Tri Juni Munthe, R., & Rianto Rahadi, D. (2021). *Inovasi dan kreatifitas umkm di masapandemi(studi kasus di kabupaten bekasi)*.