

PENGARUH MANAJEMEN INOVASI TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM PENJAHIT RIA KEBAYA

Satriadi^a, Muhammad Muzir^b, Muchhammad Zikri Basid^c, Muhamad
Rizki Maulana^d, Silfy Destianti Fortuna^{e*}

^{abcde*} STIE Pembangunan Kepulauan Riau

*Email : satriadi@stie-pembangunan.ac.id, muhammadmuzir123@gmail.com,
zikribasid5@gmail.com, silfydestianif@gmail.com,
Muhamadrizkimaulana97@gmail.com

Abstrak

Bagi Keberadaan UMKM pada indonesia adalah salah satu badan usaha yang membantu pertumbuhan perekonomian yang ada di Indonesia. UMKM mempunyai fungsi yang sangat penting dalam pembangunan serta pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia, tidak hanya dinegara-negara berkembang seperti indonesia tetapi juga di negara maju. Kami akan menggunakan metode observasi lapangan dan mewawancara pelaku UMKM Penjahit Ria Kebaya yang berlokasi di Jln. Nusantara Km. 16 Kijang Kelurahan Gunung Lengkuas, Kec. Bintan Timur, Kab.Bintan Penjahit Ria Kebaya sebenarnya sudah lama beroperasi sejak taun 2008, namun usaha jasa jahit tidak mengalami peningkatan pada bulan juli-agustus apalagi disaat tahun 2020 dimusim lebaran pelanggan membatalkan jasa jahitan karena adanya PPKM Covid-19, dalam pengelolaan usaha jasa nya Penjahit Ria Kebaya belum menggunakan fasilitas teknologi apapun dalam memasarkan usaha jasa nya, jika melihat pekerjaan yang di hasilkan penjahit Ria Kebaya produk hasil jahitan nya cukup rapi dan halus, ini dapat menjadi modal utama dalam mengembangkan usahanya untuk lebih besar lagi di daerahnya namun bisa sampai keluar daerah.

Kata kunci: Manajemen, Inovasi, Umkm

PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM pada indonesia adalah salah satu badan usaha yang membantu pertumbuhan perekonomian yang ada di Inonesia. UMKM mempunyai fungsi yang sangat penting dalam pembangunan serta pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia, tidak hanya dinegara-negara berkembang seperti indonesia tetapi juga di negara maju (Suhaeni 2018) . Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terus berkembang, perkembangan itu dapat dilihat dengan banyaknya UMKM yang mulai bermunculan dengan memamerkan produk

yang beranekaragam serta inovatif. Menggunakan keadaan yang seprti ini, tidaklah hal yang tak memungkinkan bahwa UMKM tersebut sebagai prioritas primer untuk mencukupi kebutuhan pasar megenai produk-produk yang sebelumnya tidak mampu untuk didapatkan oleh perusahaan berskala menengah maupun skala besar.

Para pelaku usaha menjadi kunci utama untuk keberhasilannya sebuah unit usaha dalam sebuah bagian usaha industri yang semakin bersiang ini, terutama untuk usaha yang berskala kecil dengan taraf persaingan yang tinggi seperti UMKM.

Di era saat ini, pasar penjualan telah mulai bergerak kepasar pembeli, inovasi juga menjadi sangat penting serta inovasi juga merupakan pemberi keputusan untuk memenangkan persaingan yang ada. Inovasi juga memiliki persn yang sangat penting dan sangat menentukan, walaupun formatnya relatif sedikit tidak sama dikarenakan adanya pergeseran pasar dari pasar local regional kepasar global (Munthe and Rahadi 2021). Para pengusaha sangat berupaya untuk dapat membentuk produk yang sebelumnya sudah melakukan inovasi.

Inovasi merupakan kecakapan untuk mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap suatu permasalahan serta peluang untuk mensejahterakan kehidupan rakyat (darman Syafe'i dan Jalaludin 2021). Pemerintahan berupaya besar terhadap keberhasilan serta perkembangan UMKM, salah satunya ialah UMKM yang berada pada Kelurahan Gunung Lengkuas, Kecamatan Bintan Timur, Kab. Bintan diantaranya Penjahit pakaian "Ria Kebaya", usaha pejahit pakaian merupakan usaha yang operasionalnya mengolah bahan mentah menjadi barang jadi. Pengolahan bahan mentah menggunakan mesin jahit yang dikerjakan tenaga kerja langsung mampu membuat produk jadi. Contoh produk jadi yang terdapat di UMKM Penjahit pakaian "Ria Kebaya" di Kelurahan Gunung Lengkuas yaitu gaun, pakaian pesta, kebaya, gamis, rok dan lain sebagainya.

Usaha penjahit pakaian pastinya mempunyai tantangan buat tetap mempertahankan usaha sampai tujuan yaitu bagaimana beliau melakukan inovasi supaya bisa bertahan dan berhasil. Disni peran inovasi sangatlah penting pada kesuksesan usaha. Keberhasilan usaha pada hakikatnya ialah keberhasilan dari usaha mencapai tujuan. Suatu bisnis dikatakan berhasil jika mendapat untung. Karena untung artinya tujuan seseorang melakukan kegiatan usaha atau bisnis. Keberhasilan usaha ialah tujuan utama dari sebuah pengusaha dimana segala aktivitas yang ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Keberhasilan atau kegagalan pengusaha ditentukan oleh sifat dan kepribadiannya. Kesuksesan berwirausaha akan tercapai apabila seorang berfikit secara inovatif menciptakan sesuatu yang baru. Ada beberapa factor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian barang dan jasa. Maka dari itu sangat penting memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian barang dan jasa. Dengan adanya inovasi kita dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau kreativitas yang lebih dari sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya.

Berdasarkan observasi yang terjadi pada usaha penjahit pakaian "Ria Kebaya" di Kelurahan Gunung Lengkuas, Kec. Bintan Timur, Kab. Bintan bahwa dalam menjalankan usaha masih banyak terdapat kekurangannya, baik yang berasal dari pengelolaan usaha maupun kemampuan masing-masing individu pada inovasi serta berkreativitas untuk membentuk produk baru yang dapat menarik minat konsumen untuk memakai jasa jahit yang ditawarkan. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi suatu strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk dipasar, karena sebagian besar produk pesaing tampil statis dari tahun ketahun. Ria Kebaya merupakan salah satu usaha dibidang pembuatan kebaya,

gamis, gaun dan rok di wilayah kelurahan Gunung Lengkuas. Ria kebaya berdiri sejak tahun 2001 yang bermula di Bali, namun pada tahun 2007 Penjahit Ria Kebaya pindah dan membuka usaha jahit tepatnya berada di Jl. Nusantara km 16 Kijang, Kelurahan Gunung Lengkuas. Dizaman sekarang apalagi adanya pandemi untuk tetap bertahan sebagai pelaku usaha harus memiliki sikap yang inovatif dan kreatif. Oleh karena itu, manajemen inovasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan perkembangan UMKM penjahit Ria Kebaya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang manajemen inovasi produk yang Ria Kebaya di Gunung Lengkuas sebagai salah satu bentuk mempertahankan agar konsumen tertarik terhadap barang dan jasa serta dapat memenuhi maka didalam menulis artikel ilmiah ini penulis mengambil judul Pengaruh Manajemen Inovasi terhadap Pengembangan UMKM Penjahit Ria Kebaya di Kelurahan Gunung lengkuas Kec.Bintan Timur, Kab.Bintan.

KAJIAN LITERATUR

Manajemen Inovasi

Inovasi merupakan proses berpikir juga implementasi dari pemikiran itu sendiri, sehingga memperoleh hal baru berupa produk, jasa, cara baru, proses bisnis, kebijakan dan lainnya untuk kemajuan organisasi. Adapun dimensi inovasi menurut Avanti Fontana (2009:22) adalah antara lain : 1) Inovasi produk 2) Inovasi proses 3) Inovasi distribusi.

Manajemen merupakan sebuah proses pemecahan masalah demi mencapai tujuan dari organisasi secara efektif dengan menggunakan sumber daya secara efisien sesuai dengan perkembangan. Menurut (Eko Sasono and Rahmi Y 2014), Manajemen adalah seni mengetahui apa, kapan harus melakukan dan dapat mengetahui itu bias dilakukan dengan cara terbaik. Dari beberapa teori menurut para tokoh diatas, dapat kita simpulkan bahwa manajemen merupakan upaya untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan cara mengelola dan mengawasi secara efektif dan efisiensi. Josep Schumpeter (1934: 66) adalah ahli pertama kali yang memperkenalkan manajemen inovasi dan memberikan defeni inovasi adalah suatu kombinasi baru dari faktor produksi yang dbuat oleh pengusaha serta pemikiran inovasi yaitu kekuatan pendorongnya daya penggerak kritis dalam proses pertumbuhan ekonomi.

Pengertian UMKM

Usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu menjadi stabilisator serta dinamisator perekonomian Indonesia yang mampu menjadikan ujung tombak bisnis besar di mendistribusikan, menjual produk dari usahanya kepada masyarakat dan lincah sehingga dapat bertahan dalam keadaan yang tidak menguntungkan, seperti adanya krisis Global. Secara umum, UMKM mempunyai strategi dengan cara membuat produk yang unik/istimewa sehingga dapat bersaing dengan produk-produk bisnis besar (Sedyastuti 2018). Dan ini tentunya akan bisa meraih peluang untuk meningkatkan Produktivitas dan perluasan pasar guna meningkatkan transaksi penjualan atau jasa produk-produk UMKM. Oleh karena itu, bagaimana cara kita meningkatkan produk-produk UMKM dengan mutu dan kualitas terbaik

agar dapat bersaing tidak hanya ditingkat lokal, nasional bahkan sampai ditingkat global. UMKM mampu dengan adanya sumber daya yang kita miliki, tidak hanya sumber daya alam tetapi juga sumber daya manusia yang sangat terampil untuk mengelola sumber daya yang tersedia sehingga melahirkan inovasi-inovasi berupa produk-produk bernilai tinggi yang bernilai ekonomi, seni, budaya dan kreatifitas. Maka dari itu, tingkatkanlah inovasi dan kreatifitas demi menjaga produk UMKM dimata dunia.

Bersaing di pasar global tidaklah mudah, karena produk dari UMKM akan bersaing dengan produk dari negara lain. Ada kebutuhan untuk meningkatkan akses UMKM dan jangkauan layanan keuangan untuk bersaing. Sehingga perkembangan UMKM tidak luput pendanaan dari perbankan dan lembaga keuangan lainnya yang masih memiliki keterbatasan informasi tentang potensi UMKM dengan komersialnya. Selain itu, dalam rangka meningkatkan penyaluran kredit kepada UMKM, perlu disediakan informasi yang memadai tentang keadaan UMKM, apakah terkait dengan atau dari lembaga keuangan lain atau tidak. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri dengan sendiri, yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak dari perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan langsung dengan bisnis kecil ataupun besar yang memiliki total kekayaan bersih atau penjualan setiap tahun yang ditetapkan dalam UU ini.

Peranan UMKM

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya dinegara-negara sedang berkembang (NSB), tetapi juga di negara-negara maju (NM). Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar (UB), seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

Karakteristik UMKM

Usaha kecil di Indonesia mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan karena pasar yang luas, bahan baku yang mudah didapat serta sumber daya manusia yang besar merupakan variabel pendukung perkembangan dari usaha kecil tersebut akan tetapi perlu dicermati beberapa hal seiring perkembangan usaha kecil rumahan seperti: perkembangan usaha harus diikuti dengan pengelolaan manajemen yang baik, perencanaan yang baik akan meminimalkan kegagalan, penguasaan ilmu pengetahuan akan menunjang keberlanjutan usaha tersebut, mengelola sistem produksi yang efisien dan efektif, serta melakukan terobosan dan inovasi yang menjadikan pembeda dari pesaing merupakan langkah menuju keberhasilan dalam mengelola usaha tersebut.

Inovasi

Inovasi adalah salah satu pilihan korporasi dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Inovasi sebagai upaya dari perusahaan melalui penggunaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan, memproduksi dan memasarkan produk yang baru untuk industri. Dengan kata lain inovasi adalah modifikasi atau penemuan ide untuk perbaikan secara terus-menerus serta pengembangan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Inovasi tidak hanyaterbatas pada benda atau barang hasil produksi, tetapi juga mencakup sikap hidup, perilaku, atau gerakan-gerakan menuju proses perubahan di dalam segala bentuk tata kehidupan masyarakat. Jadi, secara umum, inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagianbesar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan ataumendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat demi terwujudnya perbaikan mutu setiap individu dan seluruh warga masyarakat yang bersangkutan.

Karakteristik Inovasi

Cepat atau lambat penerimaan inovasi oleh masyarakat sangat tergantung pada karakteristik inovasi itu sendiri. Karakteristik inovasi yang mempengaruhi cepat lambat penerimaan informasi, sebagai berikut:

Keunggulan relatif

Keunggulan relatif yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi dapat diukur berdasarkan nilai ekonominya, atau dari faktor status sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Makin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebarnya inovasi.

Kompatibilitas

Kompatibel ialah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterimasecepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat.

Kerumitan

Kompleksitas ialah, tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. Suatu inovasi yang mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh penerima akan cepat tersebar, sedangkan inovasi yang suka dimengerti atau sukar digunakan oleh penerima akan lambat proses penyebarannya.

Kemampuan diujicobakan

Kemampuan untuk diujicobakan adalah dimana suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima. Jadi agar dapat dengan cepat di adopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.

Kemampuan untuk diamati

Yang dimaksud dengan dapat diamati ialah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat.

Inovasi Produk

Menurut Inovasi produk merupakan suatu proses yang berusaha memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Permasalahan yang sering terjadi di dalam bisnis adalah produk yang bagus tetapi mahal atau produk yang murah tetapi tidak berkualitas. Inovasi produk dapat berasal dari perbaikan maupun perubahan terhadap produk yang telah ada sebelumnya atau bisa juga melalui produk yang benar-benar baru dan lain dari sebelumnya. Artinya perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai keinginan pelanggan akan

mampu bertahan ditengah persaingan karena produknya yang tetap diminati oleh konsumen. Indikator inovasi produk menurut (Supranoto,2009) ialah: Inovasi Teknis, Perubahan Desain, Kreatifitas.

Inovasi dan Kreatifitas

Kreatifitas dan inovasi mempunyai peran penting dalam dunia berbisnis. Pada inovasi dan kreatifitasnya memiliki peran yang berbeda tetapi masih memiliki batasan yang tegas. Langkah pertama dalam menuju inovasi yaitu kreatifitas. Kreatifitas merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan produk baru. Kemampuan ini merupakan modifikasi untuk membuat konsep yang baru atau dapat dikatakan konsep lama dikombinasikan dengan konsep baru agar menjadi kekuatan dalam persaingan bisnis. Pada kreatifitas ini menunjukkan proses cara berpikirnya seseorang dalam memecahkan masalah dengan menemukan ide yang efektif. Kreatifitas dan inovasi mempunyai kaitan yang berbeda, sehingga kreatifitas berkaitan dengan ide yang bermanfaat sedangkan inovasi ide yang diimplementasikan. Dengan memaksimalkan kreatifitas dan cara pandang serta pola berpikir akan mampu tampil dengan modifikasi yang telah ada.

Inovasi dikenal sebagai fungsi penting. Dalam inovasi mempunyai makna sebagai pembaharuan dengan menciptakan sesuatu yang sebelumnya telah ada kemudian terjadinya perubahan yang lebih baik, lebih berkualitas, lebih menarik, dan lebih banyak diminati dari sebelumnya. UU No. 19 Tahun 2002 mengungkapkan bahwa inovasi adalah suatu kegiatan penelitian, pengembangan, atau pun perekayasaan yang dilakukan dengan tujuan pengembangan penerapan praktis nilai dalam konteks ilmu pengetahuan yang baru dan cara baru tersebut akan diterapkan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada pada saat pengembangan produk atau proses produksinya. Dapat dikatakan bahwa hal tersebut merupakan inovasi bagi yang baru melihat atau merasakan. Inovasi dijadikan sebagai ide dan penerapan pada sebuah objek yang dianggap baru oleh penggunanya. Penyebab hal tersebut karena adanya kebutuhan dan permintaan dari pelanggan yang selalu berubah-ubah dan tidak ingin mengkonsumsi produk yang sama. Untuk itulah diperlukan inovasi terus menerus. Maka dari itu, dalam berbisnis kreatifitas dan

inovasi ini perlu dimiliki dan dikembangkan demi kesuksesan seperti yang dibutuhkan UMKM saat ini. Karena inovasi ada dari terbantuknya kreatifitas.

Strategi

strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. strategi sebagai rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan bahwa strategi adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek mau pun dalam jangka panjang, yang didasari pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi, dan perencanaan penjualan, serta distribusi. strategi sebagai rencana dalam skala besar dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif agar dapat mencapai tujuan objektif perusahaan. Sedangkan manajemen strategi (strategic management). serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategi menurut Juwono (2011) adalah untuk meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis yang ada; selalu memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan dan menjawab lingkungan eksternal yang selalu berubah, akan berubah dan terus akan berubah; melakukan inovasi atas produk

agar selalu sesuai dengan selera konsumen dan mengusahakan selalu ada product development; melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien; serta mengevaluasi kinerja, meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan di dalam pelaksanaan strategi. Sedangkan manfaat manajemen strategi dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahaan lebih cepat dan lebih tepat; menjadi lebih peka dalam menjawab ancaman yang datang dari luar perusahaan; membuat keputusan terbaik dikarenakan interaksi kelompok mengumpulkan berbagai strategi yang lebih besar; kerjasama dalam tim karyawan di dalam perumusan strategi akan dapat memperbaiki pengertian mereka atas penghargaan produktivitas di dalam setiap perencanaan strategi dan dengan demikian dapat mempertinggi motivasi kerja mereka; dan bahwa organisasi yang menggunakan konsep manajemen strategi akan lebih profitable dan lebih berhasil. menjelaskan bahwa proses manajemen strategi tersebut adalah menetapkan arah dan misi organisasi, memahami lingkungan internal dan eksternal dan kemudian merumuskan strategi.

Dalam buku Pandji Anoraga diterangkan bahwa secara umum, sektor usaha memiliki karakteristik sebagai berikut: Sistem pembukuan yang relatif administrasi pembukuan sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah admistrasi pembukuan standar. Kadang kala pembukuan tidak di up to date sehingga sulit untuk menilai kerja usahanya. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi. Pengalaman menejerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas. Skala ekonomi yang terlalu kecil sehingga sulit mengharapakan untuk mampu menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas. Kemampuan untuk sumber dana dari pasar modal terendah, mengingat keterbatasan

salam sistem administrasinya. Untuk mendapatkan dana dipasar modal, sebuah perusahaan harus mengikuti sistem administrasi standar dan harus transparan. Karakteristik yang dimiliki oleh usaha mikro menyiratkan adanya kelemahankelemahan yang sifatnya potensial terhadap timbulnya masalah. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal terutama yang berkaitan dengan pendanaan yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

METODE PENELITIAN

Prosedur penelitian adalah langkah-langkah yang dipakai untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan di dalam penelitian ini dengan pembahasannya tentang lokasi dan subjek populasi/sampel penelitian, desain penelitian(tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan), teknik pengumpulan data dan analisis data. Kami akan menggunakan metode observasi lapangan dan mewawancarai pelaku UMKM Penjahit Ria Kebaya yang berlokasi di Jln. Nusantara Km. 16 Kijang Kelurahan Gunung Lengkuas, Kec. Bintan Timur, Kab.Bintan dengan beberapa pertanyaan. Mencari data melalui observasi lapangan dan wawancara pemilik penjahit Ria Kebaya dan karyawan serta menganalisis dari data yang berasal dari pelaku usaha dan karyawan. Memulai dengan pemilik usaha penjahit Ria Kebaya dan karyawan untuk di wawancarai dan di berikan angket melakukan analisis terhadap data yang didapat. Teknik yang akan kami ambil dalam penelitian ini yaitu observasi lapangan wawancara kepada pemilik usaha penjahit Ria Kebaya dan karyawan dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Merekap semua data yang ada dan melakukan analisis terhadap data sehingga bisa menemukan kesimpulan terkait topik yang diambil dan menghasilkan output untuk Penjahit Ria Kebaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Umkm produksi ria kebaya ini berdiri dari tahun 2001. Adapun umk ria kebaya ini dimiliki oleh ibu ria. Sebenarnya sebelum mendirikan tempat usaha sendiri Ibu ria dahulu hanyalah seorang reseller produk kebaya milik temannya dengan modal yang sangat sedikit yaitu Rp. 500.00 saja. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu Ibu ria mendapatkan pesanan kebaya yang lumayan banyak, membuat Ibu ria kuwalahan jika hanya mengambil produk kebaya dari temannya tersebut, sebab teman dari Ibu ria tersebut juga mempunyai beberapa reseller. Akhirnya dengan bermodalkan pengetahuan yang beliau miliki Ibu ria memutuskan untuk membuka tempat usahanya sendiri yang diberi nama ria kebaya.

Kini UMKM ria kebaya milik Ibu ria sudah berjalan hampir 22 tahun dan sudah memiliki beberapa karyawan. Di tengah usaha Ibu ria mengembangkan usahanya Ibu ria banyak sekali mendapatkan halangan serta rintangan, salah satu halangan terbesar yang beliau hadapi ialah mewabahnya virus Covid – 19 di tahun 2020, yang merugikan banyak orang. Sehingga banyak sekali UMKM yang mengalami kerugian karena menurunnya pembelian. Hal tersebut juga berakibat UMKM banyak yang mengalami gulung tikar. Tetapi Ibu ria sangat bersyukur dapat bertahan sampai saat ini dan dapat terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi para customernya.

Di masa awal pandemi sampai sekarang Ibu ria terus memikirkan strategi – strategi baru untuk tetap bertahan di tengah situasi pandemi yang tak kunjung usai. Ibu ria bahkan sampai rela mensurvey satu per satu toko kain yang ada di kota nya agar mendapatkan harga kain lumayan murah, agar nantinya kebaya yang di produksi Ibu ria mempunyai harga terjangkau tetapi tetap mengutamakan kualitas yang baik. Masih ada strategi lain yang Ibu ria persiapkan guna meningkatkan volume penjualan seperti pengembangan desain produk yang tentunya akan dibahas pada penelitian kali ini

Prosedur penelitian adalah langkah-langkah yang dipakai untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan di dalam penelitian ini dengan pembahasannya tentang lokasi dan subjek populasi/sampel penelitian, desain penelitian (tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan), teknik pengumpulan data dan analisis data. Kami akan menggunakan metode observasi lapangan dan mewawancarai pelaku UMKM Penjahit Ria Kebaya yang berlokasi di Jln. Nusantara Km. 16 Kijang Kelurahan Gunung Lengkuas, Kec. Bintan Timur, Kab.Bintan dengan beberapa pertanyaan. Mencari data melalui observasi lapangan dan wawancara pemilik penjahit Ria Kebaya dan 4 karyawan serta menganalisis dari data yang berasal dari pelaku usaha dan karyawan. Memulai dengan pemilik usaha penjahit Ria Kebaya dan karyawan untuk di wawancara dan di berikan angket melakukan analisis terhadap data yang didapat. Teknik yang akan kami ambil dalam penelitian ini yaitu observasi lapangan wawancara kepada pemilik usaha penjahit Ria Kebaya dan karyawan dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Merekap semua data yang ada dan melakukan analisis terhadap data sehingga bisa menemukan kesimpulan terkait topik yang diambil dan menghasilkan *output* untuk Penjahit Ria Kebaya.

Produk – Produk UMKM ria kebaya

Sebuah usaha atau perusahaan pastinya mempunyai produk yang nantinya akan diperjual belikan di pasaran. Maka selanjutnya kita kan membahas tentang produk – produk yang diproduksi oleh UMKM ria kebaya yaitu sebagai berikut: 1) Kebaya model modern 2) Kebaya bali 3) Kebaya pengantin 4) Kebaya kutubaru floy.

SIMPULAN

Prosedur penelitian adalah langkah-langkah yang dipakai untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan di dalam penelitian ini dengan pembahasannya tentang lokasi dan subjek populasi/sampel penelitian, desain penelitian (tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap pelaporan), teknik pengumpulan data dan analisis data.

Metode yang akan di terapkan

Kami akan menggunakan metode observasi lapangan dan mewawancarai pelaku UMKM Penjahit Ria Kebaya yang berlokasi di Jln. Nusantara Km. 16 Kijang Kelurahan Gunung Lengkuas, Kec. Bintan Timur, Kab.Bintan dengan beberapa pertanyaan.

Tahapan penelitian yang dilaksanakan

Mencari data melalui observasi lapangan dan wawancara pemilik penjahit Ria Kebaya dan 4 karyawan serta menganalisis dari data yang berasal dari pelaku usaha dan karyawan.

Prosedur penelitian

Memulai dengan pemilik usaha penjahit Ria Kebaya dan karyawan untuk di wawancari dan di berikan angket melakukan analisis terhadap data yang didapat.

Teknik pengumpulan data

Teknik yang akan kami ambil dalam penelitian ini yaitu observasi lapangan wawancara kepada pemilik usaha penjahit Ria Kebaya dan karyawan dengan mengajukan beberapa pertanyaan.

Analisis data

Merekap semua data yang ada dan melakukan analisis terhadap data sehingga bisa menemukan kesimpulan terkait topik yang diambil dan menghasilkan output untuk Penjahit Ria Kebaya.

Dalam makalah terkait dengan melakukan kajian literatur pada inovasi umkm ini saya penulis menyarankan kepada pembaca agar memahami terlebih dahulu apa itu Manajem Inovasi dan Pengertian UMKM itu sendiri dikarenakan sangat penting dalam peran dan fungsi Manajemen Inovasi Pada UMKM yang kita bahas ini. Seperti halnya manajemen inovasi pada penjahit Ria Busana di Kelurahan Gunung Lengkuas ini melakukan inovasi yang berbeda dengan penjahit lainnya yang ada di Kelurahan Gunung Lengkuas ini. Serta harapan penulis dengan mempelajari Inovasi UMKM dan implementasikan kita bisa mengetahui lebih dalam mengenai UMKM itu sendiri, dan juga berharap pembaca lebih banyak menggali pengetahuan terkait Inovasi UMKM dan tantangan apa saja yang dihadapi para UMKM yang ada di Kelurahan Gunung Lengkuas

REFERENSI

- Bismala, L. &Handayani, S. (2014). Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT. *In Prosiding Seminar Nasional PB31 ITM.*
- Bisnis, I., Adaptasi, U., Teh, U., Di, S., Covid-19, P., Satriadi, ", Hidayat, L., Anggraeni, N. D., Firmansyah, M., Zuntika, S., Studi, P., Manajemen, S.-1, Tinggi, S., Ekonomi, I., & Tanjungpinang,
- P. (2022). *Prosiding Seminar Nasional Hybrid IKIP PGRI BOJONEGORO "Kolaborasi Pendidikan dan Dunia Industri sebagai Implementasi Merdeka Belajar-Kampus Merdeka."*
- Jenderal, D., Riset, P., Pengembangan, D., Ritomieaariescy, R., Mawardi, A. I., Sholihatn, E., Aprilisanda, I. D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2021). INOVASI PEMASARAN PRODUK UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(1), 418–432.

- Lao, H. A. E. (2020). Manajemen Inovasi Dan Penciptaan Nilai Organisasi. *Jurnal Humaniora*, 4(1), 237.
- Siswati, E., & Alfiansyah, R. (2020). Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Berbasis Inovasi (Studi Pada Umkm Keripik Samiler Kasper Di Sidoarjo). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v1i2.18>
- darman Syafe'i dan Jalaludin, SE.MM. 2021. "Darman Syafe'i *) Jalaludin, SE.MM **) Dosen FEB Universitas Baturaja*)." : 105–27.
- Eko Sasono, and Rahmi Y. 2014. "Manajemen Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah." *Jurnal Stie Semarang* 6(3): 74–90.
- Munthe, Reny T. J, and Dedi Rianto Rahadi. 2021. "INOVASI DAN KREATIFITAS UMKM DI MASA PANDEMI Indonesia Merupakan Negara Yang Memiliki Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah UMKM Yang Cukup Banyak . Jumlah Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sudah Mencapai 64 Juta (BPS , 2020). Angka Tersebut." IX(1): 44–52.
- Sedyastuti, Kristina. 2018. "Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global." *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 2(1): 117–27.
- Suhaeni, Tintin. 2018. "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung)." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 4(1): 57.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87.
- 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.
- Winata, E. (2017). Inovasi Bisnis di Bengkel dan Modifikasi Icon Autoworks. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 7.