

PENERAPAN MANAJEMEN INOVASI DALAM PEMBENTUKAN STRATEGI PAMASARAN UMKM RUMAH MAKAN BINTAN

Dila Fitriani^a, Frysilia Salsabila^b, Rijki Nur Azizah^c, SartikaAndriani^d

^{abcd*} STIE Pembangunan Tanjungpinang

*E-mail : fitriandila31@gmail.com, salsabilafrysilia@gmail.com,
rijkinurazizah03@gmail.com, andrianisantika7@gmail.com

Abstract

Broadly speaking, this study aims to find out how the implementation of innovation management and strategy formation in Bintan Restaurant MSMEs. MSMEs play a very important role in the process of equity and income generation, encourage economic growth and play a role in realizing national stability. Providing innovation to businesses is very necessary because it can be a process of idea creation, development, from a novelty, and the introduction of a new product, community service processes and strategies for SMEs so that previously created innovations are on the right track. The methodology used in this research is descriptive qualitative which is carried out by describing the state of an object or subject in detail and focusing on the problems discussed. The data collection technique used is by conducting direct interviews. The result of the discussion of this research is that the Bintan Restaurant, located in Bugis Village, applies marketing strategies and creates innovations to be able to survive and have quality MSMEs.

Kata kunci: Innovation, MSME, Marketing Strategy

Abstrak

Secara garis besar penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana penerapan manajemen inovasi dan pembentukan strategi pada UMKM Rumah Makan Bintan. UMKM sangat berperan dalam proses pemertaan dan peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan kestabilan Nasional. Pemberian inovasi pada usaha sangat diperlukan karena dapat menjadi suatu proses penciptaan gagasan, pengembangan, dari suatu keterbaruan, dan pengenalan suatu produk baru proses pelayanan masyarakat dan strategi pada UMKM ini agar inovasi yang diciptakan sebelumnya berada di jalur yang benar. metodologi yang digunakan penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang mana dilakukan dengan gambaran keadaan suatu objek atau subjek dengan rinci serta berfokus pada masalah yang dibahas Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah dengan melakukan wawancara secara langsung. Hasil pembahasan dari penelitian ini adalah Rumah Makan Bintan yang terletak di Kampung Bugis ini menerapkan strategi pemasaran serta menciptakan inovasi- inovasi agar mampu bertahan dan memiliki UMKM yang berkualitas.

Kata kunci: Inovasi, UMKM, Strategi Pemasaran

PENDAHULUAN

Usaha Mikro kecil dan Menengah atau UMKM merupakan sebuah usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan pada Undang-undang No. 20 tahun 2008. UMKM berperan dalam proses pemertanaan dan peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan kestabilan nasional. Di Indonesia, UMKM menjadi prioritas utama pemerintah untuk dikembangkan agar pelaku usaha dapat memiliki strategi dan daya saing dengan usaha sejenis.

Pada tahun 2020 awal virus corona menyerang Indonesia banyak masyarakat atau pelaku usaha yang terkena dampak pada usaha yang dijalankan dan hal ini menjadikan para pesaing UMKM semakin banyak dimana masyarakat lebih memilih untuk membuka usaha dibanding diam dirumah. Meskipun usaha yang dijalankan dengan skala kecil awalnya menggunakan modal kurang dari Rp 1 juta, bisnis UMKM membuktikan bahwa mereka mampu tetap menggerakkan ekonomi bangsa. Berdasarkan data kemenparekraf UMKM terutama subsector kuliner di Tanah Air menyumbangkan Rp.455,4 triliun di tahun 2020. Jumlah ini mengambil porsi 41% dari total PDB (produk domestik Bruto) kreatif yang mencapai Rp.1.134,9 triliun. Pencapaian ini membuktikan bahwa bisnis UMKM tak bisa dianggap remeh lantaran terbukti selama pandemi. Oleh karena itu, selaku pelaku usaha kita tidak boleh menyerah karena persaingan bisnis semakin besar dan ada baiknya kita menerapkan inovasi pada UMKM yang digeluti agar dapat membuat strategi bisnis.

Inovasi merupakan suatu yang berkenaan dengan barang atau jasa, ide, yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama eksis tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya (kotleer dalam Moh alifudin dan Mashur Razak : 2015).Manfaat inovasi ini ialah untuk memberikan solusi untuk memecahkan masalah, meningkatkan produktivitas, meningkatkan ketangguhan,serta dapat menghasilkan sesuatu yang unik yang mana hal ini dapat berbentuk suatu strategi usaha.

Strategi merupakan Tindakan yang bersifat incremental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan (Hamel dan Phalarad dalam Tania 2018:10). Tujuan adanya strategi ini agar inovasi yang telah diciptakan dapat dilaksanakan tetap berada di jalur yang benar serta sesuai dengan apa yang direncanakan sebelumnya. Atau strategi dalam bisnis ini sevgagai pedoman untuk mempertajam rencana-rencana yang sebelumnya sudah dibuat.

Rumah Makan Bintang merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner yaitu nasi padang yang merupakan makanan tradisional daerah Sumatra Barat. Rumah Makan Bintang dibangun pada tahun 2020 awal covid beredar di Tanjungpinang dengan lokasi penjualan di Kampung Bugis Jl. Abdrurahman Gg. Kembar dengan jam operasional senin hingga sabtu pukul 10.30 hingga selesai. Ibu Saniyah (46 tahun) selaku pemilik UMKM ini mengaku bahwa UMKM ini dibangun agar memiliki pendapatan yang stabil di kala pandemi melanda karena suaminya bapak Adrizal sempat di PHK. Oleh karena itu, semakin banyak UMKM yang dibangun disaat pandemi menjadikan pesaing semakin banyak dan hal ini tentunya menjadi keresahan bagi pemilik dimana pemilik usaha harus segera sadar

akan pentingnya inovasi dan pembangunan strategi pada usaha baik dari segi pemasaran dan pelayanan.

Pada awalnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh ibu sanyah selaku pemilik UMKM adalah dengan melalui pemasaran mulut ke mulut (*mouth to mouth*). Namun, semakin berkembangnya zaman strategi pemasaran bisa dilakukan dengan banyak cara terlebih lagi banyak yang menggunakan media teknologi. Oleh sebab itu, perlunya inovasi dan strategi dalam pembangunan UMKM Rumah Makan Bintang yang lebih berkualitas.

KAJIAN LITERATUR

Inovasi

inovasi ialah suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang mana dapat dipergunakan dalam perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat Sukmadi(2016).

Konsep dari manajemen inovasi melibatkan inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar, penggunaan bahan baku baru dan mendapatkan bahanbaku tersebut dengan cara-cara dan inovasi pada organisasi. Manajemen inovasi merupakan alat yang akan digunakan oleh para manajer maupun organisasi bahkan perusahaan untuk mengembangkan suatu produk dan inovasi organisasi. dengan kata lain manajemen inovasi adalah pengelolaan dan pengorganisasian sebuah proses.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM ialah sebuah usaha yang dimiliki oleh perorangan maupun kelompok yang dinilai melalui pendapatan yang akan diperoleh dan juga jumlah banyak pekerja pada perusahaan itu. Pada UU No.20 Tahun 2008 bahwa UMKM itu harus mempunyai suatu siklus usaha yang dimana harus diperhatikan, asas-asas, tujuan, pemberdayaan yang terkoordinasi, dan melihat sanksi administrative yang terjadi. Sedangkan UU No.20 Tahun 2008 juga telah mengkaji bahwa banyak bidang seperti pertanian, perdagangan, jasa, pengangkutan dan bukan hanya sektor industri. Definisi UMKM pada Undang – undang (UU) No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil, dan Menengah ialah merupakan suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan perorangan/badan usaha dan bukan milik anak perusahaan ataupun cabang yang dimana memiliki kekayaan bersih sebesar Rp.50 juta sampai Rp500 juta selain tanah dan tempat usaha serta memiliki pendapatan tahunan sebesar Rp300 juta sampai Rp 2,5 miliar (Vellayati, dkk, 2013).

Strategi Pemasaran

Stargegi pemasaran adalah suatu alat fundamental yang sejak awal direncanakan agar tercapainya suatu tujuan perusahaan melakukan metode ini supaya mengembangkan keunggulan bersaing yang secara berkesinambungan melalui pasar- pasar yang dimasuki serta program yang digunakan agar dapat melayani sasaran pasarnya. Konsep strategi pemasaran ini dibuat untuk bisa mengetahui lebih bagaimana perencanaan agar implementasi bisa berhasil. Menurut Hermawan (2012) terdapat 3 konsep strategi yaitu pemasaran, tentang pengambilan keputusan, dalam perspektif sempit serta perspektif secara luas.

Perencanaan Strategi pemasaran dilakukannya suatu rencana strategi pemasaran ini agar dapat merencanakan kegiatan strategi yang dilakukan dalam pemasara. Dalam melakukan strategi pemasaran ini harus menggunakan perencanaan yang harus dilakukan secara teliti

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif yang dimana dengan menggambarkan objek dan subjek secara terperinci serta penelitian ini berfokus pada masalah yang akan dibahas. Penelitian kualitatif ini juga memiliki kemampuan untuk mendeskripsikan sesuatu yang dimana akan berperan penting dalam membuat data semakin akurat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan manajemen inovasi dalam pembentukan strategi pemasaran UMKM Rumah makan bintang. Objek dari penelitian ini ialah Rumah Makan Bintang yang beralamat kampungbugis jalan abdurahman, bestari simpang PT.BMS.

Pada penelitian ini juga kami membutuhkan metode survey yaitu metode yang digunakan dengan cara terjun langsung kelapangan berguna untuk mencari data yang telah ditetapkan, kami juga telah melakukan observasi langsung agar mendapatkan informasi sesuai dengan variable yang dicari. Sumber data yang didapatkan ialah data primer yang dimana diperoleh melalui wawancara dengan narasumber. Data yang telah diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi menjadi sumber data yang langsung diberikan pada pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah makan bintang merupakan salah satu UMKM yang berdiri menjual makanan tradisional khas Padang yaitu Nasi Padang dengan harga yang murah Rp.13.000 dan makanan ini merupakan makanan yang paling banyak diminati masyarakat Indonesia. Selain itu, hampir semua wilayah yang ada di Indonesia terlebih lagi kepulauan Riau banyak menjual makanan nasi padang ini dengan berbagai macam harga dan kualitas baik pelayanan, lokasi penjualan, dan bentuk hidangan yang disajikan. Oleh sebab itu, pemberian inovasi dan penerapan inovasi UMKM sangat diperlukan sebagai suatu penentuan ide, kreatifitas, serta pembangun strategi untuk membentuk UMKM yang mampu bersaing dengan UMKM yang lain.

Penerapan inovasi yang dilakukan rumah makan bintang merupakan sebuah inovasi yang harus memiliki keuntungan serta nilai lebih yang dibandingkan dengan nilai inovasi yang sebelumnya. Inovasi ini akan terus berkembang dengan seiring dengan perkembangan zaman yang mana perkembangan itu merupakan perkembangan teknologi. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang dipakai rumah makan bintang akan terus berkembang. Inovasi akan diterapkan di rumah makan bintang ialah inovasi produk dan juga pelayanan. Sangat penting bagi proses usaha sebagai upaya keberlanjutan dan pengembangan usaha. Adanya inovasi tentu membantu kelancaran kinerja usaha dan membangkitkan kemampuan usaha agar lebih mampu bersaing dan menonjolkan sisi unggulnya kepada masyarakat luas.

Dalam melakukan penerapan inovasi, dapat dirasakan bahwa UMKM Rumah Makan Bintang lebih dikenal oleh masyarakat sekitar. UMKM Rumah Makan Bintang juga lebih sering dikunjungi oleh konsumen. Hal tersebut mampu berdampak pada tingkat pendapatan usaha yang lebih cukup besar didapatkan setelah usaha ini

menerapkan inovasi. Inovasi juga membuat usaha mampu bersaing di era kompetisi yang semakin ketat. Dengan berinovasi, UMKM Rumah Makan Bintang mampu mengembangkan dan meningkatkan kreativitas sehingga keterampilan usaha dapat diwujudkan. Dengan demikian, inovasi usaha memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM Rumah Makan Bintang sehingga mampu mempertahankan usahanya dan meningkatkan kemampuan usaha untuk menjadi UMKM yang lebih baik lagi.

Didalam proses pengembangan, setiap para pelaku usaha kuliner tentu banyak menghadapi beberapa tantangan bisnis kuliner. Dengan adanya tantangan merupakan kesempatan untuk usaha kita berkembang akan tetapi tantangan juga akan berubah menjadi sandungan jika para pelaku bisnis kurang teliti dalam menghadapinya. Oleh karena itu setiap pemilik usaha perlu menyusun rencana serta persiapan yang matang agar bisa maju dan berkembang. Kendala yang dialami oleh rumah makan bintang saat menerapkan inovasi. Didalam berbisnis pasti akan selalu ada masalah yang muncul baik dari bisnis apapun termasuk bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis makanan yang tak akan ada habisnya.

Tidak heran lagi jika bisnis kuliner rumah makan menjadi pilihan untuk peluang bisnis yang paling banyak digeluti banyak orang terutama para pelaku bisnis itu sendiri. Namun begitu bukan berarti tanpa adanya kendala yang akan dihadapi. Lantas bagaimana cara kita mengatasi kendala yang terjadi. Strategi pemasaran dari penerapan inovasi ini bisa menjadi suatu hal yang menantang serta mengasyikkan. Ini juga disebabkan karena ketatnya persaingan diantara para-pelaku usaha kuliner. Maka dari itu kita sebagai pengusaha dituntut untuk selalu berinovasi dan juga berkreasi. Dengan kita dituntut agar selalu menghadirkan menu-menu yang belum pernah dibuat sebelumnya.

Sehingga para pelanggan akan selalu datang ke rumah makan bintang dan harus mempertahankan cita rasa dari makanan juga harus tetap terjaga dengan baik. Karena hal ini sangat berpengaruh terhadap metode kelancaran suatu bisnis kuliner dan juga bisa meraih keuntungan yang akan diraih cukup menjanjikan. Maka dari itu strategi yang bisa dilakukan dari rumah makan bintang ini ialah meningkatkan kualitas SDM, menggunakan strategi promosi dan juga hidangan menu yang lebih variatif.

SIMPULAN

Berdasarkan perumusan dan pembahasan mengenai pemberian serta penerapan inovasi yang merupakan sebuah gagasan, ide, tinjauan penjualan yang dapat berfungsi sebagai pembentukan strategi bagi pelaku usaha UMKM menjadi topik yang wajib diketahui dan diamati. Pemberian inovasi ini bukan hanya semata mata dikarenakan mengikuti gaya usaha orang lain melainkan, menciptakan perubahan baru, ide baru untuk mencapai suatu tujuan usaha yaitu mendapatkan keuntungan. Hal ini juga berlaku dalam UMKM Rumah Makan Bintang yang merupakan salah satu sektor usaha yang bergerak di bidang makanan tradisional.

Dengan pemberian inovasi pada pelaku atau kegiatan usaha UMKM tentunya menjadikan sebuah dorongan untuk melakukan strategi usaha terlebih lagi dengan sering perkembangan zaman teknologi yang makin canggih dimana semua pelaku usaha berbondong-bondong melakukan inovasi untuk berjualan secara digital dan melakukan promosi digital yang memiliki cakupan wilayah yang luas dan biaya

variable yang lebih rendah. Dari hasil akhir mengenai pemanfaatan dan kelebihan dalam penerapan Inovasi yang dilakukan UMKM RM. BINTAN dapat disimpulkan bahwa benar saja pemberian inovasi baru dan pencarian inovasi sangat diperlukan dan dibutuhkan.

SARAN

Saran pada penelitian rumah makan bintang ini dengan menggunakan inovasi akan membuat jauh lebih berkembang dari pada sebelumnya dengan adanya inovasi membuat rumah makan bintang ini banyak diminati oleh masyarakat bukan hanya cita rasa yang enak melainkan adanya inovasi pada pelayanan yang membuat masyarakat yang berkunjung merasakan nyaman. Saran penulis pada artikel ini agar kedepannya dapat dibaca oleh para UMKM lainnya, bisa dimanfaatkan dengan baik di sukai oleh orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Indah, D., & Wilopo, W. (2017). PENGEMBANGAN VALUE PROPOSITION DALAM PEMBENTUKAN STRATEGI PEMASARAN (Studi Kasus Pada: PT. Suryaraya Nusatama Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 51(2), 151–157.
- Lestari, I., Astuti, M., Ridwan, H., Ekonomi, F., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2019). PENGARUH INOVASI DAN ORIENTANSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER. *FAKULTAS EKONOMI UNIAT*, 4(1), 111–118.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1 Bulan Maret 2021. Jurnal IKRA-ITHEkonomika*, 4(1), 122–127.
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara(1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 287–297.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>