

Analisis Strategi dan Dampak Implementasi Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan UMKM Buket di Kabupaten Jombang

Cahyo Tri Atmojo¹, Intan Nur Laili²

cahyotriatmojo@gmail.com¹, intannurlailythv@gmail.com²

^{1,2}Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Jombang
Jalan Pattimura III/20 Jombang, Provinsi Jawa Timur, Indonesia

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengungkap strategi dan dampak implementasi inovasi produk pada UMKM Buket di Kabupaten Jombang terhadap volume penjualan UMKM Buket di Kabupaten Jombang. Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan adalah pengusaha buket antara lain Lail Craft, Buket Buatan Mita, dan Livia Felt Bouquet. Analisis data dimulai dengan proses pengumpulan data, reduksi data berdasarkan hasil temuan, proses penyajian data melalui tabulasi, dan proses terakhir adalah penarikan kesimpulan. Hasil penelitian diketahui perubahan strategi inovasi produk kekinian sesuai perkembangan jaman di era generasi tahun 2024 antara lain perubahan desain buket dan isi buket lebih fleksibel menyesuaikan keinginan pelanggan. Desain tidak hanya berupa karangan bunga tetapi lebih pada variasi boneka yang membawa snack atau tokoh kartun animasi yang membawa uang. Hal ini berdampak pada volume penjualan yang semakin meningkat dibandingkan sebelumnya.

Kata Kunci: Manajemen strategi, Inovasi Produk, Volume Penjualan

Abstract

The aim of this research is to reveal the strategy and impact of implementing product innovation at Bouquet MSMEs in Jombang Regency on the sales volume of Buket MSMEs in Jombang Regency. Researchers used a qualitative descriptive approach by collecting data using interviews, observation and documentation. The informant is a bouquet entrepreneur, including Lail Craft, Bouquets Made by Mita, and Livia Felt Bouquet. Data analysis begins with the data collection process, data reduction based on the findings, the data presentation process through tabulation, and the final process is drawing conclusions. The results of the research reveal changes in current product innovation strategies according to current developments in the 2024 generation era, including changes to bouquet designs and bouquet contents to be more flexible to suit customer desires. The designs are not just flower arrangements but more variations of dolls carrying snacks or animated cartoon characters carrying money. This has an impact on sales volume which is increasing compared to before

Keywords: Strategy management, Product Innovation, Sales Volume

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya jaman bersinergi dengan kebutuhan dan perkembangan budaya yang ada pada masyarakat khususnya generasi muda yang pada era ini disebut Era Gen-Z pada era teknologi digital. Pada era ini berbagai keinginan dan kebutuhan masyarakat atau generasi ini tentu saja menjadi perhatian bagi para pencipta produk atau UMKM. UMKM harus dapat berkembang dan mampu bersaing sesuai perkembangan jaman dikarenakan dapat menjadi penggerak perekonomian masyarakat. (Putra, 2022) mengemukakan "Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional". Persaingan pemenuhan Keinginan dan kebutuhan yang beraneka ragam menjadi tantangan bagi pengusaha untuk memenuhinya dan sehingga tuntutan.

Inovasi menjadi hal yang utama untuk dilakukan. (Nugraha, 2022) berpendapat "Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar". Inovasi produk menjadi salah satu elemen penting dalam perkembangan suatu usaha baik dalam skala kecil maupun besar. (Methasari et al., 2018) mengemukakan Agar dapat bersaing dan merebut kembali pangsa pasar maka diperlukan pengembangan strategi dan inovasi. Inovasi menjadi tolak ukur perubahan yang mencakup kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang baru sehingga mampu menarik perhatian banyak orang, sebagaimana diketahui bahwa inovasi diartikan sebagai suatu keunggulan yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau usaha tertentu dengan tujuan untuk menciptakan suatu produk baru yang tidak mudah ditiru oleh orang lain, sehingga dapat diharapkan

mampu berdaya saing dan meningkatkan keunggulan bersaing dengan produk lain. (Rashin & Ghina, 2018) mengungkapkan pada hasil penelitiannya bahwa dengan meningkatnya jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia dan industri fashion di Kota Bandung, para pelaku usaha dituntut melakukan inovasi agar menjadi yang terbaik diantara pesaing lainnya sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis perusahaan.

Dari penjelasan tersebut tentu dapat kita pahami bahwa sebuah inovasi sangat erat hubungannya dengan ciri khas dari sebuah usaha tertentu, inovasi juga menjadi salah satu hal penting bagi perkembangan suatu usaha tertentu, sebab dengan adanya sebuah inovasi maka bisnis yang dijalankan akan memiliki peluang besar untuk tetap bertahan di kalangan konsumen. Manfaat lain dari adanya strategi inovasi produk yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan jiwa bersaing dengan mengunggulkan produk yang dimiliki oleh suatu usaha tersebut. (Triwijayati et al., 2023) Inovasi dapat membantu bisnis membuat terobosan dan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan.

Namun perlu diketahui bahwa dalam perkembangan sebuah inovasi juga memiliki tantangan tersendiri baik dari produk yang terkadang sama dengan produk usaha lain atau inovasi yang dibuat tidak diterima oleh konsumen. (Zaenal Asikin & Fadilah, 2024) Wirausaha menghadapi tantangan yang memerlukan adaptasi cepat untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Hal ini tentu menjadi pertimbangan bagi para pengusaha, terutama bagi pengusaha UMKM daerah yang saat ini sedang banyak berkembang, dalam upaya peningkatan usahanya seorang pengusaha UMKM harus memperhatikan inovasi dan segala bentuk tantangan dalam melakukan implementasi inovasi produk yang dihasilkan.

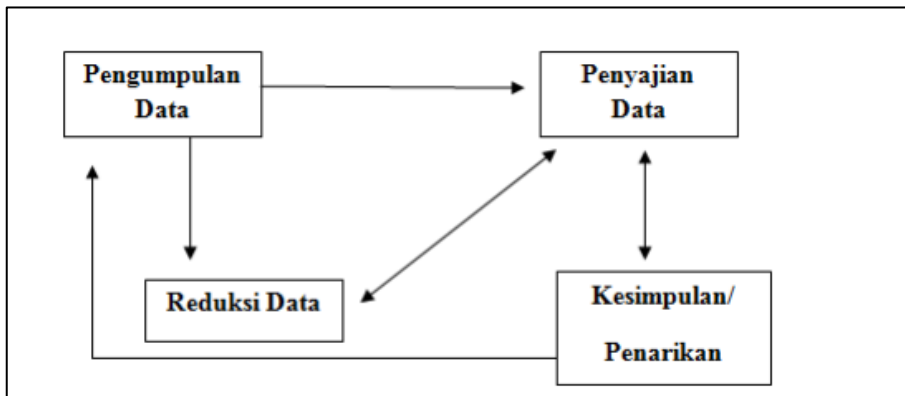
Sebagaimana yang telah dilakukan oleh beberapa UMKM yang membuat produk Buket Bunga di daerah Jombang seperti Lail Craft, Buket BuatanMita, dan Livia Felt Bouquet. Dimana usaha yang bergerak di pembuatan buket tersebut diketahui telah banyak melakukan berbagai inovasi guna mempertahankan usahanya sehingga mampu bersaing dengan usaha lainnya, buket bunga di era generasi Z saat ini menjadi idola. (Faiqoh, 2023) mengemukakan Jasa buket bunga merupakan bisnis yang saat ini sedang mengalami trend kenaikan dalam upaya menghadapi tantangan implementasi inovasi produknya, beberapa pihak UMKM Buket Bunga di wilayah Jombang juga memiliki cara tersendiri seperti dengan membuat inovasi produk sesuai dengan trend dan juga memberikan gambaran keunggulan produknya sehingga dapat membedakan dengan usaha lainnya.

Dari penjelasan diatas, maka peneliti menemukan problematika yang menarik untuk di teliti dan diungkap tentang Analisis Strategi Inovasi dan Dampak Implementasi Perspektif Volume Penjualan pada UMKM Buket di Kabupaten Jombang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa strategi inovasi UMKM dan dampak dari implementasi inovasi produk perspektif volume penjualan pada usaha “ UMKM Buket di Kabupaten Jombang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan peneliti untuk mengungkap problematika atau fenomena tentang analisis strategi inovasi produk dan dampak implementasi perspektif volume penjualan pada UMKM Buket di Kabupaten Jombang adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari seseorang atau perilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu metode kualitatif lebih bisa dan mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan hakikat hubungan antara peneliti dan informan secara langsung dan metode ini lebih peka sehingga dapat menyesuaikan diri dan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi peneliti.

Metode pengumpulan data diantaranya menggunakan metode wawancara, observasi, dan juga dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pengusaha buket antara lain Lail Craft, Buket Buatan Mita, dan Livia Felt Bouquet. Peneliti melakukan analisis data dimulai dengan peneliti mengawali dengan melakukan proses pengumpulan data melalui metode yang dipilih, kemudian peneliti melakukan reduksi data berdasarkan hasil pengumpulan data yang sudah diterima dari informan kunci dan informan pendukung dalam penelitian, dan setelah itu pada proses ketiga peneliti melakukan penyajian data melalui tabulasi, dan pada proses terakhir yaitu peneliti melakukan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan maka peneliti menggunakan triangulasi sumber dan juga triangulasi metode.



Gambar 1. Komponen Dalam Analisis Data (Miles & Huberman 1992) dalam (Rijali, 2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi menjadi hal yang penting untuk dilakukan dan menyesuaikan cepatnya perubahan keinginan masyarakat. (Israwati et al., 2023) Inovasi produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan. Dalam memenangkan persaingan dibutuhkan strategi yang didapatkan dari analisa lingkungan terlebih dahulu. Analisa yang dilakukan dapat dilakukan berdasarkan internal ataupun eksternal. Setiap usaha dapat memutuskan strategi inovasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif untuk mampu bersaing dan memenangkan pasar. (Hasnatika & Nurnida, 2019) Perusahaan yang melakukan inovasi secara rutin akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing dengan pesaing.

Inovasi produk sangat penting dilakukan oleh perusahaan ataupun UMKM. Produk yang saat ini banyak menjadi peluang usaha bagi remaja saat ini salah satunya adalah usaha buket. Buket saat ini menjadi peluang bisnis yang banyak dilakukan dikarenakan pembuatannya yang mudah dengan peluang pasar yang cukup luas. Buket biasa dipasarkan di kegiatan kegiatan perpisahan sekolah, ulang tahun, acara mahasiswa dan lainnya. Buket yang dulu hanya berupa bunga saat ini telah diinovasi dari sisi desain dan isi produknya. Inovasi membutuhkan kreativitas yang kuat oleh para pelaku usaha dan akan berdampak pada pengembangan usaha. Begitu juga sebaliknya apabila kreativitas lemah maka akan juga memperlambat perkembangan usaha. Kreativitas yang kurang menjadi kelemahan bagi pengusaha. (Kasus et al., 2023) Masalah yang dihadapi oleh UMKM kreatif dapat menjadi titik lemah yang dapat memperlambat perkembangan UMKM kreatif tersebut, yang kemudian dapat membuat pesaing merasa percaya diri. Dengan adanya inovasi produk maka akan juga menjadi daya tarik baru bagi pelanggan lama dan konsumen baru. Semakin unik inovasi dan semakin dekat dengan keinginan serta kebutuhan masyarakat maka semakin besar peluang untuk dibeli dan meningkatkan volume penjualan. Hal ini sebagai dampak positif yang muncul apabila UMKM selalu kreatif dan inovatif untuk memenuhi keinginan pasar. Kreatifitas dan inovasi yang diterapkan pada setiap produk juga akan meningkatkan kinerja karyawan dalam penjualan dan pemasaran. (Indrajita et al., 2021) kreatifitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kinerja karyawan. (Sri Harini et al., 2022) kreatifitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM.

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat diungkapkan bahwa strategi inovasi produk beberapa pengusaha Buket di Jombang seperti Lail Craft, Buket Mita, dan Livia Felt Bouquet menuntut untuk melakukan berbagai inovasi terbaru, bukan hanya buket bunga saja tetapi harus ada pengembangan karya buket seperti buket snack, buket uang, buket boneka, buket flanel, buket balon dan sebagainya yang menjadikan strategi pemasaran agar menarik konsumen.

a. Inovasi Pada Buket Lail Craft

Inovasi produk menurut Myers dan Marquis dalam Kotler (2007:36) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja. Adapun inovasi produk yang telah dilakukan oleh usaha Lail Craft yang bertempat di Desa Catak Gayam Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang menjalankan usaha dengan cara modern dengan toko online pada instagram ditunjukkan pada gambar 1 berikut



Gambar 2. Toko Online Lail Craft

Inovasi Lail Craf antara lain dengan membuat variasi atau jenis isian buket yang tidak lagi berisi bunga tetapi lebih pada apa yang diinginkan pelanggan dengan pilihan antara lain Buket Uang, Buket Snack, Buket Hijab, Buket Boneka, Buket foto.



Gambar 3. Buket Boneka produk buket lail



Gambar 4. Buket Uang produk buket lail



Gambar 5. Buket Kopi produk buket lail

Tidak hanya penjualan secara online, dengan adanya variasi produk ternyata juga meningkatkan volume penjualan. Sebelum ada variasi jumlah penjualan rata-rata 15 rangkaian tiap bulan, saat ini setelah adanya variasi bucket, rata-rata pesanan setiap bulan mencapai 30 buket. Hal ini berarti implementasi strategi inovasi berdampak positif dengan adanya peningkatan volume penjualan

b. Usaha Buket Mita

Pemberian buket pada segala acara saat ini menjadi trend tersendiri bagi remaja. Buket yang diinginkan remaja juga tidak hanya yang berisi bunga, tetapi buket yang diinginkan remaja saat ini lebih bervariasi. Sehingga untuk memenuhi keinginan remaja maka pemilik usaha membuat variasi yang sesuai era saat ini juga. Buket Mita memasarkan produknya melalui toko online pada media sosial berupa instagram @buatanmita dengan alamat desa Menganto Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha yang bernama Bu Mita mengungkapkan bahwa inovasi produk buket berpengaruh terhadap jumlah penjualan, sebagai berikut.

“Awalnya saya hanya menyediakan Bucket bunga, namun karna dirasa gitu-gitu saja maka Buket berinovasi untuk menjual bucket uang, bucket boneka, bucket snack, bucket peralatan masak. Dampaknya kami sering mendapatkan pesanan baik dalam kota atau kota sekitar. Jadi jumlah pesanan juga semakin banyak, beda saat buketnya hanya satu variasi bunga saja”



Gambar 6. Buket Boneka produk buket mita



Gambar 7. Buket snack produk buket mita



Gambar 8. Buket peralatan masak produk buket mita

c. Usaha Buket Livia Felt Bouquet

Awal berdirinya usaha Kecamatan Bereng Livia Felt Bouquet adalah dari maraknya kalangan Muda yang memanfaatkan berbagai seperti Wisuda, Valentine dan moment pernikahan dengan memberi hadiah Buket. Lambat laun buket moment menjadi hadiah simpel yang banyak digandrungi kalangan muda di berbagai wilayah.

Banyaknya konsumen yang mempunyai keinginan berbeda-beda membuat Livia Felt Buket harus melakukan berbagai Inovasi produk. Pada awal berdiri, Livia felt Bouquet hanya membuat buket bunga kertas dan plastik saja sebagai hiasan, namun saat ini Livia sudah melakukan inovasi dengan membuat buket snack, boneka, buket rokok dan membuka pesanan sesuai keinginan konsumen. Hal ini menjadi daya tarik bagi konsumen sendiri untuk membeli buket di Livia Felt sebab usaha ini telah mampu mencukupi kebutuhan dari konsumen akan sebuah produk buket yang diinginkan konsumen.

Guna memperkenalkan produknya bisa dilihat oleh berbagai konsumen, Livia felt Bouquet memanfaatkan teknologi dengan membuka toko online pada media sosial Instagram @liviaaFelt. Dulu pemasaran produk Livia Felt Bouquet hanya sekitar wilayah Barend saja, dan pangsa pasar hanya tertuju pada kalangan muda di daerah Barend dan sekitarnya. Namun kini Livia felt Bouquet telah memperluas pangsa pasar. Dengan adanya inovasi pemasaran tersebut membuat produk Livia Felt Bouquet Mulai Livia dikenal oleh berbagai kalangan. Kelebihan produk yang dibuat Livia Felt terletak dari kerapian penataan buket dan juga menerima pesanan sesuai dengan yang pelanggan inginkan (*request*). Dampak yang dirasakan adalah dampak positif yaitu inovasi mampu meningkatkan penjualan dan membuka peluang pekerjaan baru



Gambar 9. Buket Boneka Livia Felt Bouquet



Gambar 10. Buket Boneka Livia Felt Bouquet

SIMPULAN

Strategi inovasi produk yang dilakukan pada produk buket antara lain perubahan desain buket dan juga isi pada buket yang lebih fleksibel menyesuaikan keinginan pelanggan. Desain tidak hanya berupa karangan bunga tetapi lebih pada variasi boneka yang membawa snack atau tokoh kartun yang membawa uang. Hal ini berdampak pada volume penjualan yang semakin meningkat dibandingkan sebelumnya

SARAN PENGEMBANGAN PENELITIAN LANJUT (*FUTURE Riset*)

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diungkap tentang strategi inovasi dan dampak implementasi inovasi maka dapat disarankan pada peneliti selanjutnya dapat mengungkap tentang manajemen strategi dan manajemen inovasi pada UMKM dengan tema yang sejalan dengan penelitian ini. Disamping itu juga perlu diperluas metode dengan metode pendekatan lain. Terimakasih

DAFTAR RUJUKAN

- Faiqoh, N. (2023). Iluna Florist: Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Pembuatan Buket Dried Flower (Aspek Produksi) Iluna Florist: Business Development Strategy of the Making Bouquet Dried Flower (Production Aspect). *Economic and Financial Journal*, 1(2), 60–65.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Indrajita, I. K., Sadiartha, A. . N. G., & Mahayasa, I. G. A. (2021). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap

- Kinerja Karyawan pada PT. Tohpati Grafika Utama Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 1–13.
<https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1142>
- Israwati, Hermansyah, T. Irawan, Fajrig Arsyelan, & Avid Opel Alexander. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Umkm Tekat Tiga Dara. *Jurnal Pengabdian Ibnu Sina*, 2(1), 72–76. <https://doi.org/10.36352/j-pis.v2i1.510>
- Kasus, S., Sidorejo, D., Sukorejo, K., & Ponorogo, K. (2023). *Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Lokal Buket*. 2(5), 26–33.
- Methasari, M., Kurniawan, G., & Sidik, A. R. (2018). Analisis Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Di Kabupaten Madiun. *Dinamika Governance : Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 8(2). <https://doi.org/10.33005/jdg.v8i2.1192>
- Nugraha, A. (2022). Sosialisasi Pentingnya Inovasi Produk Pada Filter Coffee Dan Pelatihan Inovasi Produk. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 4(1), 35. <https://doi.org/10.37849/mipi.v4i1.245>
- Putra, R. O. P. (2022). Pentingnya Branding Dan Inovasi Produk Untuk Pengembangan Bisnis Olahan Tempe Pada Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31412>
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(2), 213–219. <https://doi.org/10.17509/jpp.v18i2.12963>
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Sri Harini, Endang Silaningsih, & Marwah Eka. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 2579–9312. <https://republika.co.id>
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 306–314. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>
- Zaenal Asikin, M., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan dan Inovasi: Tantangan dan Dinamika dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i1.1023>