

MENGEMBANGKAN IDE KREATIF DAN INOVATIF UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM PABRIK TAHU PADA MASA PANDEMI COVID-19

Jihan Raisa Fitria, Sukma Sulistiyo Andini, Yullaili Putri Susanti

Sarjana Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang

jihanraisafitria@gmail.com; sulistiandini@gmail.com; yullailiputri@gmail.com;

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membentuk kepribadian mahasiswa yang memiliki jiwa kepedulian terhadap sesama serta mengimplementasikan pengetahuan yang mahasiswa miliki terhadap kehidupan masyarakat. Perkembangan dunia bisnis secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat dan tajam, baik di pasar regional, nasional, maupun pasar internasional. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha disetiap kategori bisnis saat ini harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan baik segi inovasi, kualitas produk ataupun harga yang ditawarkan. Untuk itu diperlukan juga ide kreatif dan inovatif dalam mengembangkan bisnis untuk meningkatkan penjualan dan mampu bersaing terlebih dimasa covid 19. Metode pengabdian yang kami lakukan dalam menyampaikan materi kepada masyarakat dikemas dalam bentuk mini seminar secara daring atau online melalui google meeting. Hasil dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan diharapkan dapat memberikan motivasi dalam mengembangkan ide kreatif dan inovatif untuk meningkatkan penjualan pada UMKM Pabrik Tahu ADN pada masa pandemi covid 19.

Kata Kunci: *ide kreatif; inovasi produk; penjualan;*

Abstract

Community Service is an activity that aims to help certain communities in several activities without expecting any form of reward. The purpose of this activity is to shape the personality of students who have a caring spirit for others and to implement the knowledge that students have on community life. The development of the business world as a whole, which is accompanied by increasingly rapid developments in technology and science, creates an increasingly fierce and fierce competition, both in regional, national and international markets. Therefore, every business actor in every business category today must be able to compete to win the competition in terms of innovation, product quality or the price offered. For this reason, creative and innovative ideas are also needed in developing businesses to increase sales and be able to compete, especially in the era of covid 19. The method of service that we do in delivering material to the community is packaged in the form of online mini seminars or online through google meetings. The results of the socialization and training activities carried out are expected to provide motivation in developing creative and

innovative ideas to increase sales at UMKM in the Pabrik Tahu ADN Factory during the covid 19 pandemic.

Keyword: *Creative idea; product innovation; sale;*

PENDAHULUAN

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 yang sudah mencapai 99,9 persen dari jumlah keseluruhan usaha yang beroperasi diseluruh Indonesia.

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro seperti diatur dalam perundang-undangan No. 20 Tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Dengan adanya wabah virus corona (covid 19) menjadi topic permasalahan di dunia internasional terasuk di Indonesia, khususnya di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Wabah corona ini pada akhirnya mengganggu proses pemasaran hingga titik yang signifikan (Wikipedia, 2020).

Pada kondisi pandemi covid 19 ini, pemilik usaha harus tetap memutar otak untuk memastikan keuangan usahanya tetap sehat dan bisa bertahan di masa sulit ini. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk mengembangkan ide kreatif dan

inovatif bisnis dalam meningkatkan penjualan dan mampu bersaing terlebih dimasa covid 19 (Tyas & Ikfi Rifqi Arumning, 2020).

Untuk itu, kami para mahasiswa tertarik untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan mengenai “*Mengembangkan Ide Kreatif dan Inovatif untuk Meningkatkan Penjualan pada UMKM Pabrik Tahu ADN pada Masa Pandemi Covid 19.*” dengan adanya kegiatan ini, diharapkan dapat memberikan motivasi kepada pelaku usaha terkait bagaimana cara mengembangkan bisnis melalui inovasi dan berpikir kreatif agar dapat meningkatkan penjualan dan mampu bersaing di masa pandemi covid-19.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan P(M)KM ini di kemas dalam bentuk mini seminar secara daring melalui google meeting dengan tema Mengembangkan Ide Kreatif dan Inovatif untuk Meningkatkan Penjualan pada masa pandemi covid-19 kepada pada UMKM Pabrik Tahu. P(M)KM ini dilakukan pada tanggal 17 Oktober 2021 pukul 10.00 WIB hingga pukul 12.10 WIB.

Adpun Teknik pelaksanaan P(M)KM diantaranya:

1. Penyampaian Materi Sosialisasi

Penyampaian materi sosialisasi dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Pamulang Akuntansi S1. Peserta di berikan pembekalan materi mengenai cara mengembangkan bisnis usaha dengan cara melakukan inovasi terhadap produk.

2. Kegiatan Sharing

Peserta menceritakan kegiatan usaha serta inovasi apa saja yang telah di terapkannya dalam usaha selama ini.

3. Kegiatan Tanya Jawab

Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya terkait materi yang disampaikan. Dan akan dijawab oleh panitia pelaksana kegiatan agar mendapatkan solusi atas permasalahan yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) berupa sosialisasi dan pelatihan mengenai Mengembangkan Ide Kreatif dan Inovatif untuk Meningkatkan Penjualan pada masa pandemi covid-19 melalui pemberian materi presentasi yang diikuti oleh 23 peserta termasuk panita dan dosen pembimbing.

Kegiatan ini untuk memberikan informasi mengenai cara Mengembangkan Ide Kreatif dan Inovatif untuk Meningkatkan Penjualan pada masa pandemi covid-19 Kegiatan ini diawali dengan pembacaan do'a serta sambutan

dari dosen pembimbing dan ketua kelompok. Kemudian dilanjutkan pemaparan materi terkait Ide Kreatif dan Inovatif untuk Meningkatkan Penjualan pada masa pandemi covid-19.

Pandemi Covid-19 sudah melanda di berbagai negara bahkan sudah masuk ke Indonesia hampir 2 tahun ini mengakibatkan semua orang merasa cemas baik secara fisik, psikis maupun materi (Amri & Andi, 2020). Dengan berlakunya masa PPKM (Pamberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) banyak pemilik usaha UMKM kesulitan dalam hal mengembangkan bisnis dan tetap bertahan dalam keadaan pandemi seperti ini.

Pengembangan bisnis dilakukan agar bisnis yang mereka miliki mampu bertahan atau bahkan mampu berkembang sehingga tidak hanya bermanfaat bagi pelaku bisnis, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi sesama dengan membuka lapangan pekerjaan baru bagi mereka yang sama-sama terdampak covid 19.

Sederhananya, pengembangan bisnis mengacu pada proses, strategi, dan tugas untuk meningkatkan dan memperluas peluang antar jenis usaha yang berbeda. Berbagai macam cara dapat dilakukan dalam pengembangan bisnis. Salah satunya adalah dengan melakukan inovasi

dan mengembangkan ide kreatif yang sesuai dengan keadaan sekarang ini.

Di saat masa pandemi adanya inovasi ini untuk mengantisipasi setiap bisnis atau kelompok agar ekonomi di UMKM dapat tetap maju walaupun sedang mengalami pandemi serta menjadi pengembangan kualitas produk. Inovasi inilah yang mampu melakukan transformasi dan membangun harapan untuk bisa menghadapi dampak yang sedang terjadi.

Secara umum inovasi di dalam UMKM ini dapat mendukung usaha yang sudah ada atau bahkan memberi dalam bisnis baru untuk memenuhi kebutuhan pasar (Widjaja & Yani Restiyani, 2019). Dengan adanya inovasi ini juga berguna untuk menjaga agar setiap konsumen tidak cepat bosan dan tetap setia untuk selalu menggunakan produk yang ditawarkan. Jaringan yang terbentuk ini dapat tumbuh menjadi jaringan usaha yang besar dan dapat berdampak juga pada globalisasi kegiatan ekonomi ini. Dengan demikian, progress yang dituju akhirnya tercapai dengan dukungan pemanfaatan dan keleluasaan dalam kebijakan inovasi.

Pada masa pandemi yang sedang terjadi ini, banyak pelaku UMKM jalan di tempat yang pada dasarnya belum memiliki kesiapan dalam menghadapi pandemi Covid-19 ini (Lestari, Indah dan dkk, 2019). Saat mengembangkan bisnis

usahanya tidak maju karena adanya minim inovasi dan hanya ikut-ikutan. Tanpa melihat potensi yang ada akhirnya usaha tersebut tidak bertahan lama dan kemudian bangkrut. Tidak heran jika produk UMKM local ini masih terbilang sedikit untuk mampu menembus pasar internasional ini belum pulih bukan berarti kita tidak bisa membuat inovasi untuk bisnis yang sedang dijalankan. Maka dari itu, perusahaan harus menghasilkan inovasi yang kreatif dan efektif untuk meraih sukses.

Di dalam menjalankan suatu bisnis tentunya inovasi ini pasti dibutuhkan setiap sektor bisnis yang dijalankan terutama di UMKM. Inovasi merupakan suatu ide, gagasan, atau kegiatan pada suatu objek/benda sebagai sesuatu yang baru dirasakan atau diterima oleh seseorang atau kelompok untuk dikonsumsi (Sugianto & Danang, 2020). Inovasi dapat diartikan suatu proses perubahan untuk mengubah peluang menjadi ide yang asalnya bisa menjadi ide baru atau yang sudah ada untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan seseorang. Namun, ide-ide tersebut bisa dianggap objek atau benda yang baru dirasakan.

Inovasi merupakan juga aksi yang penuh resiko. Tetapi, dengan adanya inovasi ini menekankan kita bahwa

pentingnya perubahan yang merupakan sebuah drama kehidupan dengan memberikan banyak ketakutan sekaligus harapan (Lavinda, 2020). Menurut Rahsin, Maraya Azizah dan Ghina, Astri (2018), jenis inovasi yaitu :

1. Inovasi pada suatu produk dapat dilakukan dengan menciptakan suatu produk atau jasa baru untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas. Dengan begitu hal tersebut adalah proses yang akan meningkatkan keuntungan di sebuah perusahaan.

2. Inovasi pada setiap proses dengan suatu elemen baru yang mengacu dalam meningkatkan penekanan detail pada prosedur kerja atau layanan yang akan diproduksi.

3. Inovasi pada administrasi ini berkaitan dengan perubahan metode operasi bisnis secara efektif yang turut melibatkan suatu perubahan dengan memanfaatkan dari kebijakan organisasi, alokasi sumber daya, dan faktor lainnya.

KESIMPULAN

pada masa covid 19 seperti sekarang ini, kita perlu berpikir out of the box dalam melihat peluang bisnis yang ada. Menjalankan bisnis seperti biasa tanpa beradaptasi terhadap keadaan pasar seperti sekarang bisa jadi merugikan bisnis yang kita jalankan. Oleh karena itu pentingnya

melakukan inovasi dan mengembangkan ide kreatif yang sesuai dengan keadaan sekarang ini.

Salah satu cara mengembangkan ide kreatif dan inovatif tersebut dapat dilakukan dengan cara berpikir kritis, melakukan inovasi terhadap produk, ide out of the box, dan mengelola modal dengan baik. Tujuan melakukan Inovasi terhadap produk dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha pembuat produk untuk memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini. Produk yang dikembangkan tidak selalu dalam bentuk barang, tetapi bisa berupa peningkatan pelayanan maupun inovasi terhadap kemasan. Dengan cara ini maka para UMKM dapat mengembangkan bisnisnya dan mampu bersaing meskipun dalam keadaan pandemi covid saat ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada Ibu Purwatiningsih, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing kegiatan P(M)KM. kepada Ibu Juitania, M.Pd., S.Pd., selaku koordinator PKM mahasiswa. Kepada Ibu Silvia Sari, S.P., M.Si. Kepada Bapak Widayat, S.E., M.M. Kepada Bapak Ruruh Dyatmiko, S.E., M.M., Ak., C.A. Kepada Bapak Adi Iswanto selaku pemilik usaha Pabrik Tahu. Kepada Bapak Mumuh Muhammad Ikhsan selaku

perwakilan dari pabrik tahu. Serta kepada seluruh peserta dan panitia kegiatan P(M)KM yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu.



(Gambar 1. Foto pada saat Pembukaan acara PkM)



(Gambar 2. Foto pada saat Sambutan ketua pelaksanaan PkM)



(Gambar 3. Foto Pada Saat Penyampaian Materi PkM)



(Gambar 4. Foto Bersama Tim PkM dengan Peserta PkM)

REFERENSI

Amri, Andi (2020), Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. Jurnal Brand Vol. 2, No. 1

Lavinda, (2020) Strategi Bisnis yang Harus Dilakukan UKM saat New Normal. Diakses dari pada tanggal 29 Oktober 2021.

Lestari, Indah dan dkk (2019), Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol. 4, No. 1.

Rahsin, Maraya Azizah dan Ghina, Astri (2018). Identifikasi Inovasi dan Kinerja Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing.

Sugianto, Danang. (2020) Tips Buat UKM yang Beralih Bisnis ke Online Karena Corona. Diakses dari <https://finance.detik.com/solusiukm/d-4995495/tips-buat-ukm-yang-beralih-bisnis-ke-online-karena->

corona pada tanggal 29 Oktober 2021.

Tyas, Ikfi Rifqi Arumning. (2020). Para Pelaku UMKM Diharapkan Lebih Kreatif Ciptakan Inovasi Dimasa Pandemi. Diakses dari <https://ringtimesbanyuwangi.pikiran-rakyat.com/ekonomi-bisnis/pr-17629221/para-pelaku-umkm-diharapkan-lebih-kreatif-ciptakan->

inovasi-dimasa-pandemi pada tanggal 29 Oktober 2021.

Widjaja, Yani Restiyani. (2019). Bisnis Kreatif dan Inovasi. Makasar: Yayasan Barcode.

Wikipedia. (2020) Pandemi (Pengertian pandemi menurut WHO). Diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi> pada tanggal 29 Oktober 2021.