

**ANALISIS PENERAPAN INOVASI PRODUK PADA UMKM YANG
TERGABUNG DALAM PROGRAM GANDENG GENDONG**

LAPORAN MAGANG



Ditulis oleh :

Nama : Olivia Ayu Nadia

Nomor Mahasiswa : 18311190

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Oprasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

ANALISIS PENERAPAN INOVASI PRODUK PADA UMKM YANG
TERGABUNG DALAM PROGRAM GANDENG GENDONG

LAPORAN MAGANG

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh :

Nama : Olivia Ayu Nadia

Nomor Mahasiswa : 18311190

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Oprasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam refrensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 9 Juni 2022

Penulis,



Olivia Ayu Nadia

ANALISIS PENERAPAN INOVASI PRODUK PADA UMKM YANG
TERGABUNG DALAM PROGRAM GANDENG GENDONG

Nama : Olivia Ayu Nadia

Nomor Mahasiswa : 18311190

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Oprasional

Yogyakarta, 9 Juni 2022

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Siti Nursyamsiah, Dra., MM.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

**TUGAS AKHIR BERJUDUL
ANALISIS PENERAPAN INOVASI PRODUK PADA UMKM YANG TERGABUNG DALAM
PROGRAM GANDENG GENDONG**

Disusun Oleh : **OLIVIA AYU NADIA**
Nomor Mahasiswa : **18311190**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Rabu, 06 Juli 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.



Penguji : Zulian Yamit, Drs., M.Si.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Nama : Olivia Ayu Nadia

Nomor Mahasiswa : 18311190

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Oprasional

Yogyakarta,

Disahkan Oleh:

Penguji/Pemibimbing Magang : Siti Nursyamsiah, Dra., MM.

Penguji 1 : Zulian Yamit, Drs., M.Si.

Pembimbing Lapangan : Sulistyo Handoko, S.E.

Mengetahui,

Deekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

(Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.)

ABSTARK

Penulisan ini bertujuan untuk mengidentifikasi penerapan inovasi prodak pada pelaku usaha UMKM Program Gandeng Gendong dan Untuk menganalisis Implementasi inovasi prodak pada pelaku usaha UMKM yang tergabung dalam program Gandeng Gendong. Peneliti ini menggunakan metode kualitatif dan pengambilan data dilakukan dengan observasi, wawancara dengan UMKM yang telah dipilih yang tergabung pada program gandeng gendong. Hasil dari laporan analisis ini adalah (a) menganalisis Problematika Dalam Penurunan Omzet Yang Dihadapi Para UMKM Program Gandeng Gendong dalam Inovasi sebagai berikut: Packaging / Kemasan Produk, Kualitas Makanan, Makanan Kurang Bervariasi. (b) Memberikan solusi dari sudut pandang penulis untuk UMKM Yang Tepat Diterapkan Untuk UMKM Program Gandeng Gendong Dalam Menghadapi Masalah Penurunan Omzet Utamanya Untuk Penerapan Inovasi Produk yaitu sebagai berikut: Membuat Kemasan Yang Menarik, Mengutamakan Kualitas Produk Makanan Yang Akan Dijual, Menambah variasi makanan, pembuatan Logo Produk yang Menarik, Mengikuti Trend dan Permintaan Konsumen.

Kata Kunci: Inovasi produk, UMKM Gandeng Gendong.

ABSTARCK

This writing aims to identify the application of product innovation to MSME business actors in the Hand in Hand Program and to analyze the implementation of product innovation to MSME business actors who are members of the Cooperative Handling program. This researcher uses qualitative methods and data collection is carried out by observation, interviews with selected MSMEs who are members of the gandeng gendong program. The results of this analytical report are (a) to analyze the problems in the decline in turnover faced by MSMEs in the Co-carrying Program in Innovation as follows: Product Packaging, Food Quality, Food is Less Varied. (b) Provide solutions from the author's point of view for MSMEs that are Appropriately Applied to MSMEs The Collaborating Program in Facing the Problem of Decreasing Turnover Mainly for the Application of Product Innovation, namely as follows: Making Attractive Packaging, Prioritizing the Quality of Products, Adding variety foods, making in attractive product logos, following trends and consumer demands.

Keywords: *Product innovation, Gandeng Gendong MSMEs.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh Puji Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan penyertaan- Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan Tugas Akhir Magang di Badan Perencanaan Pmbangunan Daerah (BAPPEDA) Kota Yogyakarta dengan baik dan tepat waktu.

Dengan selesainya laporan hasil Magang ini, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dan dukungan, baik kepada materi maupun non-materi yang diberikan kepada penulis selama Magang berlangsung, secara khusus kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rector Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi
3. Ibu Siti Nursyamsiah, Dra., MM. selaku Wakil Dekan bidang kemahasiswaan dan sebagai dosen pembimbing saya yang telah membantu dalam pengerjaan laporan tugas akhir magang dengan mencurahkan waktu sepenuhnya untuk membimbing, memotivasi dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis dengan penuh kesabaran
4. Bapak Anjar Priyono, S.E., M.Si., Ph.D. selaku ketua prodi manajemen program sarjana yang sudah membantu atas urusan kegiatan magang
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia

6. Orang tua penulis Bapak Tasmuji dan Ibu Suciati yang senantiasa mendukung penulis selama pelaksanaan magang dan menyusun laporan magang.
7. Kepada seluruh keluarga inti maupun keluarga besar penulis yang selalu memberikan masukan dan dukungan.
8. Bapak Agus Tri Haryono, S.T., M.T. selaku Kepala Bappeda Kota Yogyakarta
9. Bapak Sulisty Handoko, S.E. yang sudah menerima penulis dan menjadi pembimbing selama magang
10. Bapak Agus Salim selaku pembimbing lapangan selama tugas observasi
11. Segenap jajaran kepegawaian Bappeda Kota Yogyakarta
12. Kepada teman teman kelompok Tim Magang MBKM (Ichwan Mastito, Chilia Zhafira) yang sudah bersedia berjuang bersama dari masa magang sampai akhir kuliah dan akan terkenang di hidup penulis selamanya
13. Kepada Abdurrahman Sulami yang senantiasa memberi dukungan mental dan semangat kepada penulis
14. Sahabat penulis Mumet Ndaze Squad (Arsya, Novia, Salsabilla, Reynaldi, Aqshal) yang sudah memberikan gambaran sahabat dan saling mendukung
15. Teman sekolah penulis Litya, Dina, Yasmin, Nisa yang sudah menemani hari hari penulis
16. Teman kampus penulis Luthfi, Annisa, Raisa, Vita, Shafira dan semua pihak teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu
17. Seluruh teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2018.

18. Grup EXO Khususnya kepada Oh Sehun dan Park Chanyeol yang telah memberikan semangat dan kebahagiaan untuk penulis.

19. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat.

Segala usaha yang telah dilakukan oleh penulis untuk menyempurnakan tugas akhir ini namun Penulis menyadari bahwa laporan kerja praktek ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu semua kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Penulis juga berharap bahwa segala hal yang tertuang pada penulisan ini dapat memberikan manfaat kepada penulis dan pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan sekian dan terima kasih yang sebesar besarnya kepada seluruh pihak yang terlibat selama proses penyusunan penulisan laporan tugas akhir magang ini.

Wassalamualaikum warahmatullah wabarokatuh

Yogyakarta, 12 Mei 2022

Penulis,

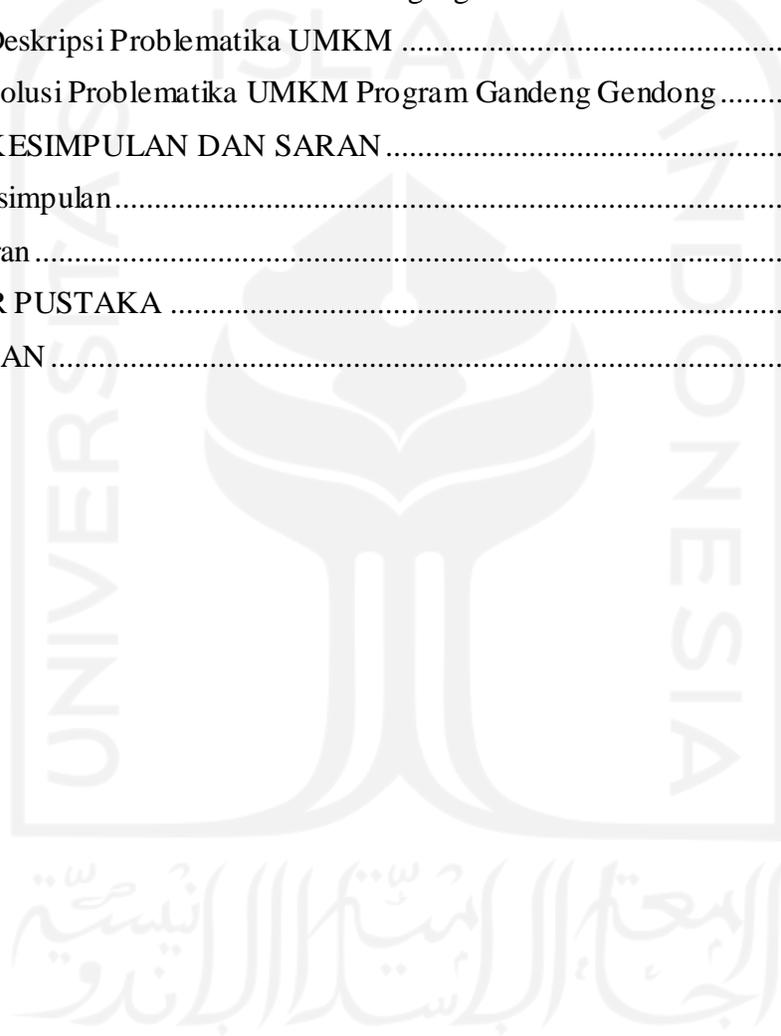


Olivia Ayu Nadia

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Laporan Magang	II
Halam Judul Laporan Magang	II
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	III
Halaman Pengesahan Laporan Magang	IV
Halaman Pengesahan Ujian	V
Abstraksi	VI
Kata Pengantar	VIII
Daftar Isi	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Profil Dinas Bappeda Kota Yogyakarta	1
1.2 Visi, Misi dan Tujuan Dinas Bappeda Kota Yogyakarta	3
1.3 Tugas dan Fungsi Dinas Bappeda Kota Yogyakarta	4
1.4 Latar Belakang Masalah	6
1.5 Rumusan Masalah	8
1.6 Tujuan Magang.....	9
1.7 Manfaat Magang.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Manajemen Inovasi	10
2.1.1 Definisi Manajemen Inovasi dan Kreatif	10
2.1.2 Jenis Jenis Inovasi	11
2.1.3 Manfaat Inovasi	13
2.1.4 Model Inovasi	14
2.2 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Pendekatan Penelitian.....	20
3.2 Teknik Pengumpulan Data	22
3.3 Unit Analisis	23

BAB IV HASIL PELAKSANAAN LAPORAN MAGANG DAN DISKUSI.....	24
4.1 Analisis Deskriptif.....	24
4.2 Gambaran Umum Pelaksanaan Magang	24
4.3 Daftar Responden dan Transkrip hasil wawancara Saat Pelaksanaan Magang.	26
4.4 Pembahasan Hasil Pelaksanaan Magang dan Diskusi.....	29
4.4.1 Deskripsi Problematika UMKM	29
4.4.2 Solusi Problematika UMKM Program Gandeng Gendong.....	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	50



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Dinas Bappeda Kota Yogyakarta

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Yogyakarta atau disingkat (Bappeda) kota Yogyakarta merupakan Lembaga Teknis Daerah yang bergerak Dibidang Perencanaan Pembangunan Daerah yang dipimpin oleh Kepala Badan yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Bappeda memiliki tugas pokok yaitu untuk membantu Walikota dalam penyelenggaraan Pemerintahan Daerah dibidang perencanaan pembangunan daerah. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah di bentuk berdasarkan pertimbangan yaitu:

1. Bahwa dalam rangka usaha peningkatan keserasian pembangunan di daerah diperlukan adanya peningkatan keselarasan antara pembangunan sektoral dan pembangunan daerah.
2. Bahwa dalam rangka usaha menjamin laju perkembangan, keseimbangan dan kesinambungan pembangunan didaerah, diperlukan perencanaan yang lebih menyeluruh, terarah dan terpadu.

Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia No.15 tahun 1974 jo Kepmendagri Nomor 142 Tahun 1974 diamanatkan mengenai pembentukan Badan Perencanaan Pembangun Daerah sebagai Badan Koordinasi Dalam Perencanaan Di

Daerah. Pada perkembangan selanjutnya, dalam rangka memantapkan kedudukan, tugas tugas dan fungsi Bappeda sebagai bagaian dari organisasi yang membantu tugas gubernur pada aspek perencanaan, yang diterbitkan oleh Kupuutusan Presiden Republic Indonesia No. 27 Tahun 1980 Tentang Pembentukan Badan Perencanaan Pembngunan Daerah (JDIH BPK RI), yang pelaksanaannya diatur melalui Peraturan Menteri Dalam Negri No 185 Tahun 1980 tentang Pedoman Organisasi Dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Tingkat I dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah II. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Di Tingkat Kabupaten/Kota Disebut Bappeda Tingkat II yang mana merupakan badan staf yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Wali/Kepala Daerah Tingkat II. Susunan organisasi Bappeda tingkat II terdiri dari Kepala Badan, Sekertariat, Bidang Penelotian Pengembangan Inovasi Dan Pengendalian, Bidang Perencanaan Pembangunan Daerah, Bidang Pemerintah Dan Pembangunan Manusia, Bidang Perekonomian, Bidang Infrastruktur Dan Pengembangan Wilayah.

Dalam perkembangan Bappeda kota Yogyakarta mengalami penataan struktur kelembagaannya, hingga yang terakhir berdasarkan Peraturan Walikota (Perwal) Nomor 116 Tahun 2020 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas, Fungsi Dan Tata Kerja Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, dengan susunan organisasi yang terdiri dari: Kepala Badan, Sekertariat, Bidang Penelitian Pengembangan Inovasi Dan Pengendalian, Bidang Perencanaan Pembangunan Daerah, Bidang Pemerintah Dan

Pembangunan Manusia, Bidang Perekonomian, Bidang Infrastruktur Dan Pengembangan Wilayah, Unit Pelaksanaan Teknis, Kelompok Jabatan Fungsional.

1.2 Visi, Misi dan Tujuan Dinas Bappeda Kota Yogyakarta

A. Visi

“Meneguhkan Kota Yogyakarta Sebagai Kota Nyaman Huni Dan Pusat Pelayanan Jasa Yang Berdaya Saing Kuat Untuk Keberdayaan Masyarakat Dengan Berpijak Pada Nilai Keistimewaan”

B. Misi

Dalam rangka pencapaian visi, maka disusun misi sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan dan keberdayaan masyarakat
2. Memperkuat ekonomi kerakyatan dan daya saing Kota Yogyakarta
3. Memperkuat moral, etika dan budaya masyarakat Kota Yogyakarta
4. Meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, sosial dan budaya
5. Memperkuat tata kota dan kelestarian lingkungan
6. Membangun sarana prasarana publik dan permukiman
7. Meningkatkan tatakelola pemerintah yang baik dan bersih

C. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dalam mewujudkan visi, misi Bappeda Kota Yogyakarta adalah Mewujudkan Perencanaan Pembangunan Daerah yang lebih berkualitas.

1.3 Tugas dan Fungsi Dinas Bappeda Kota Yogyakarta

Menurut perwal nomor 116 tahun 2020, tugas dan fungsi bappeda sebagai berikut:

A. Tugas

Badan mempunyai tugas membantu Walikota melaksanakan fungsi penunjang penyelenggaraan urusan pemerintahan bidang perencanaan pembangunan Daerah, penelitian, dan pengembangan.

B. Fungsi

- pengoordinasian perencanaan penyelenggaraan di bidang perencanaan pembangunan Daerah, penelitian, dan pengembangan;
- pengoordinasian dan perumusan kebijakan teknis terkait perencanaan pembangunan Daerah, penelitian, dan pengembangan;
- pengoordinasian tugas dan fungsi unsur organisasi Badan;
- pengoordinasian penyelenggaraan penelitian, pengembangan inovasi, dan pengendalian pembangunan Daerah;
- pengoordinasian penyelenggaraan perencanaan pembangunan Daerah;

- pengoordinasian penyelenggaraan fasilitasi dan pembinaan perencanaan pembangunan Daerah di bidang pemerintahan dan pembangunan manusia;
- pengoordinasian penyelenggaraan fasilitasi dan pembinaan perencanaan pembangunan Daerah di bidang perekonomian;
- pengoordinasian penyelenggaraan fasilitasi dan pembinaan perencanaan pembangunan Daerah di bidang infrastruktur dan pengembangan wilayah;
- pengoordinasian perencanaan dan pengendalian penyelenggaraan program kegiatan keistimewaan;
- penyelenggaraan koordinasi, sinkronisasi dan fasilitasi penyusunan perjanjian kinerja;
- penyelenggaraan evaluasi dan pengukuran capaian kinerja pembangunan Daerah;
- penyelenggaraan penyusunan Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah pada Pemerintah Daerah;
- penyelenggaraan pemberian rekomendasi perizinan Kuliah Kerja Nyata;
- pengoordinasian pelaksanaan kegiatan kesekretariatan Badan;
- pembinaan dan pengoordinasian penyelenggaraan tugas dan fungsi kelompok jabatan fungsional pada Badan;
- pengoordinasian pengelolaan data dan informasi Badan;
- pengoordinasian penyelenggaraan pengelolaan kearsipan dan perpustakaan Badan;

- pengoordinasian pelaksanaan reformasi birokrasi, sistem pengendalian internal pemerintah, zona integritas, ketatalaksanaan, dan budaya pemerintahan Badan;
- pengoordinasian tindak lanjut laporan hasil pemeriksaan Badan;
- pengoordinasian pelaksanaan pemantauan, pengendalian, evaluasi, dan penyusunan laporan pelaksanaan tugas Badan; dan
- pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan sesuai dengan bidang tugas Badan.

1.4 Latar Belakang Masalah

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta atau disingkat Bappeda Kota Yogyakarta memiliki tugas melaksanakan urusan pemerintahan dibidang bidang perencanaan pembangunan Daerah, penelitian, dan pengembangan. Dengan bertujuan mengurangi angka kemiskinan dan ketimpangan di kota Yogyakarta, Pemerintah kota Yogyakarta Pada bulan April 2018 secara resmi meluncurkan program Gandeng Gendong dimana program ini adalah gerakan terpadu pemberdayaan untuk mengentas kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Perwali No. 23 Tahun 2018 Tentang Program Gandeng Gendong Kota Yogyakarta). Program Gandeng Gendong Kota Yogyakarta, ini merupakan tanggungjawab bersama pemangku kepentingan 5K yaitu, Kota (pemerintah kota), Kampung, Korporasi, Komunitas dan Kampus (5K). untuk mensukseskan gerakan Gandeng Gendong

pemerintah Kota menciptakan sebuah aplikasi pemasaran yang bernama ‘Nglarisi’. Aplikasi ini secara resmi diluncurkan pada tanggal 27 Juni 2019.

Saat ini jumlah UMKM yang telah menjadi binaan pemerintahan kota yogya telah mencapai 258 UMKM yang tersebar diwilayah Kota Yogyakarta. Didalam MarketHub Nglarisi ada sekitar 6 jenis kelompok UMKM yang sebelumnya menjadi binaan gandeng gendong yang ikut bergabung di MarketHub Nglarisi yaitu ada, KUBE, UPPKS, UP2K, P2WKSS, USEP, Kelompok Rintisan Usaha. Bergabungannya kelompok binaan tersebut diharapkan bisa mempermudah transaksi jual beli secara online antara penjual dan pembeli (ASN). Pada dasarnya fungsi aplikasi ini memiliki kesamaan dengan marketplace pada umumnya hanya saja MarketHub ini hanya dapat dibuka dan diakses di internal pemerintahan.

Pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis pada bulan November hingga Maret di Bappeda Kota Yogyakarta sebagai Tim Bidang Penelitian Pengembangan Inovasi dan Pengendalian pada program MarketHub Nglarisi. Penulis diberitugas untuk melakukan survey lapangan secara langsung pada UMKM yang mengalami penurunan omset bahkan tidak ada omset sama sekali yang tercatat pada MarketHub Nglarisi. Saat melakukan Survey secara langsung di lapangan dalam waktu +/- 14 hari penulis tertarik untuk focus mengambil topic inovasi pada UMKM. Setelah dilakukan survey observasi dan wawancara didapatkan memang ada beberapa UMKM yang sudah mencoba melakukan inovasi namun tidak ada perubahan dalam omset. Inovasi

yang mereka lakukan bermacam macam ada yang mencoba untuk berinovasi dari segi packaging atau kemasan, variasi rasa, tempat usaha, dan kualitas makanan.

Karena Pengelolaan Proses Inovasi dan Kreativitas pada produk UMKM Merupakan bagian Dari manajemen operasi untuk pengembangan pemasaran produk/jasa para UMKM yang mana diharapkan dapat membantu meningkatkan omset serta daya tarik yang berbeda, sehingga dapat menciptakan nilai atau value lebih pada produk. Pentingnya berinovasi pada produk supaya para pelaku usaha UMKM dapat memenuhi Need (kebutuhan) maupun Want (keinginan) para konsumen. Inovasi sangat erat kaitannya dengan kreatifitas, karena sikap kreatif yang mana selalu merasa tidak puas dengan pendekatan yang lama, yang akan di rubah dan dikemas melalui cara yang berbeda untuk memajukan usaha.

1.5 Rumusan Masalah

UMKM saat ini dihadapkan dengan berbagai kendala dan tantangan dalam menjalankan perputaran dunia usaha sebagaimana yang dihadapi pada umumnya terutama pada inovasi produk. oleh karena itu maka rumusan permasalahan pada laporan ini adalah: “Bagaimana penerapan inovasi produk pada UMKM yang tergabung dalam program Gandeng Gendong?”

1.6 Tujuan Magang

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan magang ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi penerapan inovasi produk pada pelaku usaha UMKM Program Gandeng Gendong
2. Untuk menganalisis implementasi inovasi produk pada pelaku usaha UMKM yang tergabung dalam program Gandeng Gendong

1.7 Manfaat Magang

Manfaat yang penulis rasakan atas kegiatan magang terutama pada saat melakukan observasi tidak hanya dirasakan oleh mahasiswa saja, melainkan dirasakan oleh banyak pihak. Manfaat yang diharapkan dari adanya kegiatan magang ini adalah sebagai masukan bagi pemerintah untuk lebih meningkatkan kesadaran dan kepedulian pada para UMKM binaan pemerintah Kota Yogyakarta untuk membantu lebih mengembangkan usaha mereka selain itu dilain sisi diharapkan pemerintah juga meningkatkan kualitas layanan MarketHub Nglarisi Kota Yogyakarta untuk menunjang perkembangan usaha para UMKM.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Inovasi

2.1.1 Definisi Manajemen Inovasi dan Kreatif

Menurut Everett (1983) inovasi sendiri dapat diartikan segala hal baru dalam bentuk ide, gagasan, praktik, atau objek/benda yang secara sadar diterima untuk diadopsi suatu kelompok, instansi, atau individu. Definisi inovasi sebagai proses manajemen juga menawarkan perbedaan antara inovasi dan produk, yang merupakan hasil dari inovasi (Trott, 2017). Maka dari itu inovasi diartikan sebagai ‘proses’ atau ‘hasil’ pengembangan atau pemanfaatan guna menciptakan atau memperbaiki produk maupun proses untuk memberikan nilai yang lebih berarti (Widjaja and Winarso, 2019).

Menurut Stephen Robbins (1994) mendefinisikan inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memperbaiki suatu produk dan jasa dengan memiliki empat ciri yaitu:

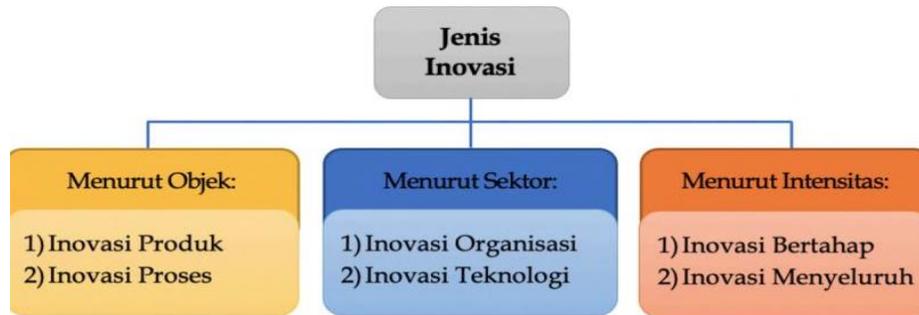
1. Memiliki kekhasan yang berarti inovasi memiliki ciri khas dalam arti ide, program, tatanan system, termasuk hasil yang diharapkan.
2. Memiliki ciri yang berarti suatu inovasi harus memiliki karakteristik

3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana yang berarti harus melalui proses dengan persiapan yang matang dan tidak tergesa gesa
4. Inovasi yang akan di rencanakan harus memiliki tujuan dan harus memiliki arah yang ingin dicapai, termasuk arah strategi untuk mencapai tujuannya.

Sedangkan kreativitas diartikan sebagai kemampuan berpikir 'out of the box', berpikir lateral, mengamati, membayangkan, serta membangun ide dan model yang melebihi cara berpikir serta persepsi yang telah ada sebelumnya. Menurut Carayannis, Samara and Bakouros (2011) kreativitas juga dapat dikaitkan sebagai kemampuan untuk melihat apa yang dilihat orang lain namun belum dipikirkan orang lain. Kreativitas sendiri merupakan sumber yang paling penting dalam menciptakan keunggulan daya saing untuk semua semua organisasi yang peduli terhadap pertumbuhan dan perubahan (Hadiyati, 2011).

2.1.2 Jenis Jenis Inovasi

Inovasi dapat dibedakan dalam berbagai jenis tergantung pada objek dan sektor yang dirujukannya, Beberapa inovasi dapat saja melibatkan berbagai jenis inovasi sekaligus menurut Carayannis, Samara and Bakouros (2011) mengklasifikasikan inovasi dalam tiga kelompok yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1.2: Jenis Jenis Inovasi

Sumber: *Carayannis, Samara and Bakouros, 2011*

Menurut objek, inovasi di bedakan menjadi 2 yaitu inovasi produk dan proses:

a) Inovasi produk

Inovasi produk dapat mangacu pada ketika perusahaan atau bisnis mempromosikan produk baru di pasar atau mengenalkan layanan baru.

b) Inovasi proses

Inovasi proses akan terjadi pada saat suatu perusahaan atau bisnis memasukan unsur unsur baru dalam proses produksi atau operasinya.

Menurut sektor, inovasi dibedakan menjadi 2 yaitu inovasi organisasi dan teknologi:

a) Inovasi organisasi

Inovasi organisasi adalah pengenalan sistem administratif baru atau proses administratif baru, tetapi tidak mengenalkan produk atau layanan baru tetapi secara tidak langsung mempengaruhi pengenalan atau proses produksinya.

b) Inovasi teknologi

Inovasi teknologi tak jauh jauh dari sektor teknologi suatu perusahaan atau bisnis itu sendiri, yang mana terdiri dari peralatan dan prosedur dari bahan mentah dan informasi menjadi produk atau layanan.

Menurut intensitas dan ruang lingkup, inovasi dibedakan menjadi 2 yaitu inovasi bertahap dan menyeluruh:

a) Inovasi bertahap

Inovasi bertahap guna untuk meningkatkan produk lama, tanpa mengubah struktur dan strategi yang ada.

b) Inovasi menyeluruh

Inovasi bertahap jarang di terapkan disbanding dengan inovasi bertahap, dikarenakan inovasi menyeluruh memberikan tantangan yang lebih besar bagi struktur yang ada, dan kemungkinan menimbulkan reaksi keras terhadap penerapannya. (Carayannis, Samara and Bakouros, 2011)

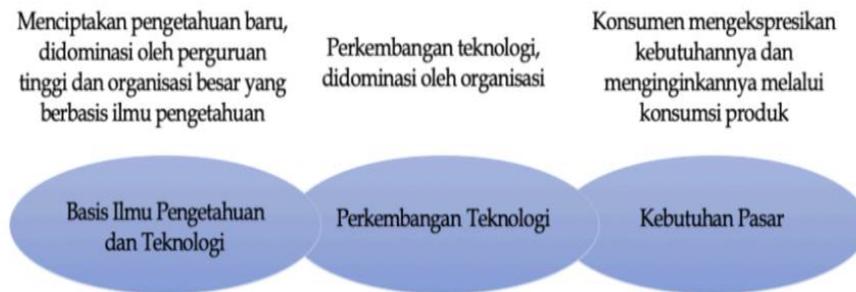
2.1.3 Manfaat Inovasi

Menurut Everett (1983) Sedangkan diterapkannya suatu inovasi hendaknya dapat menghasilkan manfaat dan membawa perubahan lebih baik, bukan hanya berupa ilmu baru ataupun metode baru yang belum dapat diterapkan dalam praktik. Inovasi dapat memberikan beberapa manfaat yaitu sebagai berikut:

- a) Dari segi individu, inovasi memberikan wadah bagi seorang untuk mengekspresikan dan mendistribusikan kreativitasnya untuk menciptakan suatu nilai yang lebih.
- b) Dari segi perusahaan, inovasi memberikan peningkatan angka penjualan dan keuntungan.
- c) Dari segi pasar, keberagaman dan kualitas produk baru karena adanya inovasi membuat pasar semakin kompetitif
- d) Dari segi masyarakat, inovasi dapat meningkatkan kualitas hidup karena dapat menjawab banyak masalah yang sebelumnya belum terpenuhi.

2.1.4 Model Inovasi

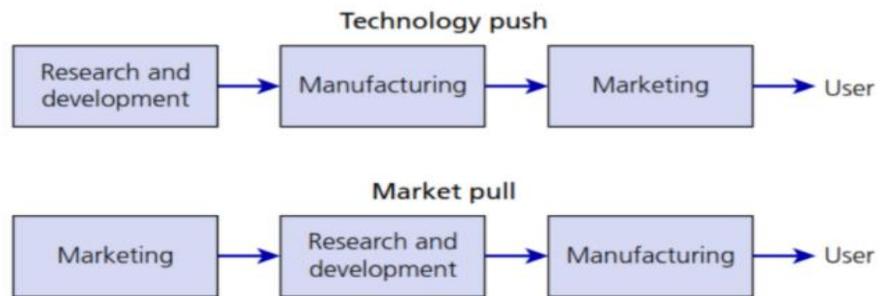
Menurut Trott (2017) kebutuhan keinginan dan permintaan pelanggan selalu berubah ubah setiap saat. Jika perusahaan tidak melakukan inovasi maka tidak akan bertahan lama karena pelanggan akan berpindah kepada perusahaan pesaing yang akan menawarkan produk lebih baik. Oleh karena itu terdapat beberapa model mengenai pendorong terjadinya inovasi, sebagai berikut:



Gambar 2.1.4 : Kerangka Konseptual Inovasi

Sumber: *Trott, 2017*

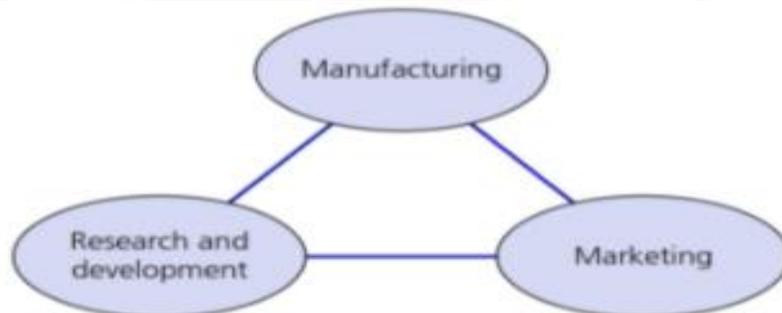
- A. Model linier : Kerangka konseptual inovasi diatas dikembangkan oleh para ahli ekonom Amerika Serikat setelah perang dunia II. Sejak saat itu sudut pandang orang terhadap inovasi terjadi melalui interaksi basis ilmu pengetahuan (didominasi oleh perguruan tinggi dan industri), perkembangan teknologi (didominasi oleh industry), dan kebutuhan pasar merupakan langkah maju yang signifikan, sehingga menjadi dasar model inovasi saat ini. Sedangkan dasar model inovasi linier sendiri memiliki 2 variasi yaitu yang pertama Technology Push Model (Technology-Driven Model) yang mana model variasi ini lebih berfokus pada dorongan teknologi dan yang kedua Market Pull Model (Customer Need-Driven Model) variasi model ini lebih menekankan pada kebutuhan pelanggan sebagai ide ide baru.



Gambar 2.1.4 a) : Variasi Model Inovasi Linier

Sumber: *Trott, 2017*

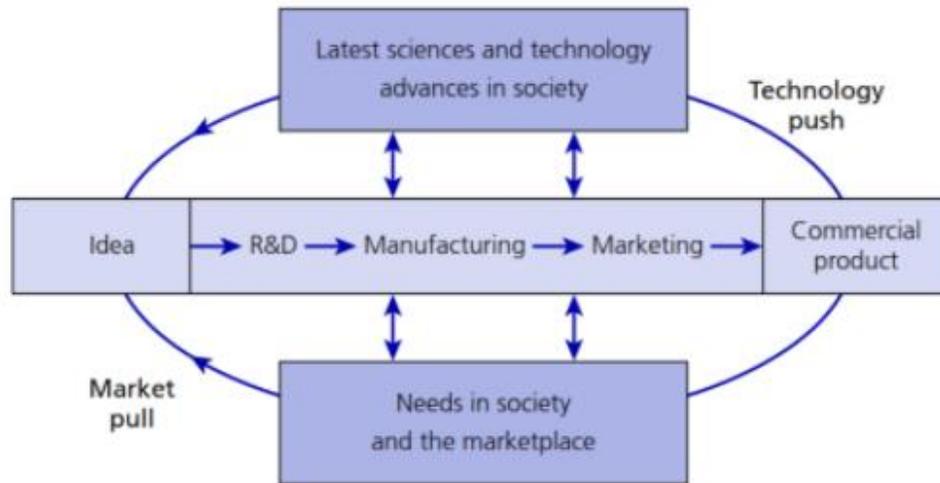
- B. Model Gabungan Simultan : Model inovasi ini merupakan hasil dari gabungan pengetahuan dalam ketiga fungsi yang akan mendorong inovasi.



Gambar 2.1.4 b) : Model Inovasi Gabungan Simultan

Sumber : *Trott, 2017*

C. Model Interaktif : Model inovasi ini mengabungkan antara Model Technology Push dan Market Pull. Dimana inovasi terjadi karena adanya interaksi pasar dan ilmu pengetahuan serta kemampuan. Model ini hamper sama seperti model gabungan simultan yang tidak memiliki titik awal.



Gambar 2.1.4 c) : Model Inovasi Interaktif

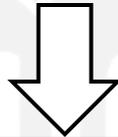
Sumber : *Trott, 2017*

2.2 Kerangka Pemikiran

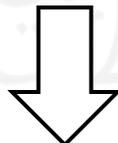
Kerangka berpikir dari laporan ini diperlukan untuk mengetahui secara garis besar.

Kerangka pemikiran dari laporan ini digambarkan sebagai berikut:

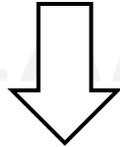
Untuk mengatasi kemiskinan dan ketimpangan social dikota Yogyakarta pemerintahan kota membuat program UMKM binaan dan di beri nama “Gandeng Gendong”, dan dikelompokan menjadi beberapa kelompok UMKM



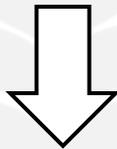
Setelah Beberapa UMKM bergabung di Gandeng Gendong, ada beberapa UMKM yang mengalami penurunan omset bahkan tidak memiliki omset sejak bergabung di program pemerintahan Gandeng Gendong



Perlu menganalisis dari sisi UMKM apakah mereka para pelaku usaha sudah melakukan inovasi pada produk mereka untuk mengatasi masalah.



Penyajian Data (*Data Display*)



Menarik Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Untuk mengetahui dari hasil penelitian mengenai penerapan inovasi pada produk UMKM Gandeng Gendong, pendekatan yang dilakukan dalam penulisan laporan magang ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Strauss, Corbin dan Golafshani (2003) secara harfiah penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuannya tidak didapatkan melalui prosedur kuantitatif seperti perhitungan, statistic, atau bentuk cara yang menggunakan ukuran angka lainnya. Penelitian kualitatif sendiri merupakan penelitian dengan menggunakan prosedur data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari seseorang yang diamati (Libarkin . Julie and Kurdziel P. Josepha 2002).

Peneliti pada penelitian kali ini menggunakan metode *study case* (studi kasus). Dimana menurut Robert K. Yin (2019) penelitian dengan menggunakan metode *study case* (studi kasus) merupakan salah satu metode penelitian ilmu social. Selain itu, Yin juga menegaskan bahwa studi kasus merupakan strategi yang cocok digunakan dalam suatu pertanyaan karena dinilai metode ini memiliki gaya khas yakni mampu untuk berhubungan dengan berbagai bentuk data wawancara, observasi, dokumen , dan peralatan (Yin 2014). Menurut Creswell (2018) studi kasus merupakan salah satu bagian dari metode kualitatif yang akan mendalami suatu kasus tertentu secara

mendalam dengan melibatkan beberapa sumber informasi. Selain itu Yin (2014) menegaskan bahwa suatu penelitian dengan menggunakan *study case* (studi kasus) dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu yang pertama studi kasus eksplanatoris, yang kedua studi kasus eksploratoris, dan yang ketiga studi kasus deskriptif.

Keunggulan dari metode Studi kasus adalah dapat memberikan informasi terkait hubungan antara variable, dengan memperoleh wawasan mengenai konsep dasar perilaku manusia dan temuan data yang nantinya akan berguna untuk membangun latar permasalahan. Tak hanya itu keunggulan lain dari metode (studi kasus) adalah mampu mengungkapkan suatu hal yang bersifat detail atau spesifik, unik serta hal yang tidak dapat diungkapkan oleh studi kasus yang lain. Studi kasus dapat menyampaikan makna dalam kondisi yang apa adanya tak hanya sekedar laporan factual, tetapi memberikan pemikiran yang berkembang dalam kasus yang menjadi bahan studi yang dalam penelitian kuantitatif tidak dapat didapatkan.

Dibalik keunggulan metode studi kasus, metode ini pun juga memiliki kekurangan. Salah satunya nya dari sisi pandang metode kuantitatif metode ini dipermasalahkan dalam hal validasi, reliabilitas, dan generalisasi. Padahal pada kenyantaanya metode studi kasus sendiri bersifat unik dan kualitatif yang mana tidak dapat diukur dengan parameter penelitian kuantitatif. Kekurangan lainnya dari metode ini adalah jika sebuah kasus semakin rumit maka semakin sulit dianalisa. Menurut Yin (2019) ada lima komponen penting dalam mendesain studi kasus, yaitu ada:

1. Pertanyaan penelitian
2. Proporsi penelitian yang harus diteliti
3. Unit analisa peneliti
4. Logika untuk mengaitkan data
5. Kriteria menginterpretasi temuan

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus yang digunakan penulis dalam penulisan laporan magang ini dengan tujuan untuk mengidentifikasi penerapan inovasi produk UMKM Gandeng Gendong kota Yogyakarta.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam Pengambilan data kegiatan magang ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis Mengumpulkan data melalui pengamatan secara langsung saat bertugas dengan diarahkan ke objek penelitian

2. Wawancara

Penulis Mengumpulkan data melalui wawancara secara langsung dengan beberapa pihak yang terkait dengan tujuan memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan.

3. Studi pusaka

Penulis Mengumpulkan data dari beberapa sumber buku literatur dan jurnal jurnal yang berhubungan dengan tema atau topic yang dibahas untuk dijadikan acuan pendukung pengerjaan

3.3 Unit Analisis

Unit analisis dalam laporan ini adalah bagian penelitian yang melibatkan aspek pelaku UMKM Gandeng Gendong yang merupakan UMKM Binaan Pemerintah Kota dan di kelola oleh pihak Dinas Bappeda Kota Yogyakarta. Di pilihnya bagian ini karena sesuai dengan topik yang penulis angkat yaitu tentang Analisis Penerapan Inovasi Produk Pada Umkm Gandeng Gendong.

BAB IV

HASIL PELAKSANAAN LAPORAN MAGANG DAN DISKUSI

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam pelaksanaan magang ini menyajikan Gambaran umum saat pelaksanaan magang dan karakteristik responden untuk dijadikan penulisan laporan akhir magang.

4.2 Gambaran Umum Pelaksanaan Magang

Pada tanggal 1 November 2021 – 7 Maret 2022 (4 Bulan) penulis telah melakukan Tugas Akhir Magang di Kantor Dinas Pemerintah Kota Bappeda Kota Yogyakarta yang bertujuan untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir. Saat pelaksanaan magang penulis ditempatkan pada posisi Tim Litbang (penelitian dan pengembangan) yang dipandu oleh Bapak Sulisty Handoko, pada minggu pertama hingga kedua di Kantor Dinas Pemerintah Kota Bappeda Kota Yogyakarta penulis mendapatkan tugas dan pekerjaan untuk membantu pekerjaan kantor saat ada pelaksanaan event yang akan diadakan oleh Bappeda dan rapat dengan pejabat daerah setempat.

Pada minggu ke tiga penulis bergabung dengan TIM Mahasiswa Magang MBKM untuk diberi tugas dan tanggung jawab untuk melakukan observasi UMKM Gandeng Gandong Binaan Pemerintah yang mengalami penurunan omzet sejak kurun waktu

2019 – 2021. Bappeda memberikan sample yang menjadi bahan untuk observasi sebesar 60 responden namun karena di TIM Magang terdapat 6 orang yang ditugaskan untuk melakukan observasi maka setiap orang memiliki 10 sample responden. Responden yang dibutuhkan dipilih dari Dinas Bappeda Kota Yogyakarta. 10 sample responden yang dipilih Bappeda untuk penulis yaitu UMKM Ika Boga, Arum, Bu Senu, De No, Gaza Giza, Kube Guyup Pakuncen, Makara, Pujozz, Rima Sejaterah, Dan Webe Bogarasa. Dengan tujuan tugas observasi dan wawancara tersebut datanya akan dikelola kembali oleh Bappeda sebagai bahan masukan pada program UMKM pemerintah kota “Gandeng Gendong” yang berkaitan dengan Aplikasi “Nglarisi” buatan pemerintah kota.

Kurang Lebih dua minggu penulis melakukan observasi dan wawancara secara terstruktur kepada para UMKM untuk dimintai informasi. Setelah itu hasil data wawancara dan observasi penulis input dan didiskusikan oleh pihak Bappeda untuk dikelola, dianalisis serta sebagai bahan saran dan masukan atas informasi yang didapat.

Hasil observasi dan wawancara pada UMKM terbagi menjadi beberapa topik salah satunya topik Inovasi, oleh karena itu penulis tertarik mengangkat topik inovasi UMKM Gandeng Gendong untuk dijadikan penulisan laporan tugas akhir penulis.

4.3 Daftar Responden dan Transkrip hasil wawancara Saat Pelaksanaan Magang

Profil data responden ini diperoleh berdasarkan pembagian tugas oleh Dinas Pemkot Bappeda seperti ditunjukkan pada table berikut:

No.	Waktu Observasi & wawancara	Nama	No. Hp	Nama Usaha	Sektor Usaha
1	2021/11/16 12:00	Suwarsih	082131442226	Ika Boga	Catering Snack & Camilan
2	2021/11/22 12:00	Indayati	08972426644	WeBe Bogarasa	Catering Nasi
3	2021/11/22 13:30	Retna Kurniasih	085704672626	De No	Catering Nasi
4	2021/11/23 13:00	Tri Sulistianingsih	082221349139	Arrum	Catering Nasi
5	2021/11/23 14:00	Siti Bidayah	085640462879	Kube Guyup Pakuncen	Catering Nasi & Snack
6	2021/11/24 10:00	M. Magdalena Suwatmi	082135505187	Gaza – Giza	Catering Nasi
7	2021/11/24 13:00	Erin	082221986979	Pujozz	Catering Nasi & Snack
8	2021/11/25 12:30	Rahayu	088806858895	Bu Senu	Catering Nasi & Snack
9	2021/11/25 14:00	Nugraheni Fitri Astuti	081227868685	Maskara	Catering Nasi
10	2021/11/25 15:00	Endang Dwi	089537396900	Rima Sejahtera	Catering Nasi

Table 4.1 Identitas UMKM

Berdasarkan table 4.1 diatas menunjukkan bahwa setiap UMKM program gendong gendong binaan Dinas Pemkot Bappeda memiliki sektor usaha yang berbeda.

Berikut rekap transkrip hasil wawancara mengenai topic inovasi pada UMKM program Gandeng Gendong:

Daftar pertanyaan	Ika Boga	Webe bogarasa	De No	Arrum	Kube Guyup Pakunen
Apakah produk bapak / ibu mengalami perkembangan jenis dalam kemasan?	Tidak pernah, karena merasa tidak begitu penting	Tidak pernah, karena merasa tidak begitu penting	Pernah, dengan memperbesar ukuran kemasan	Tidak pernah, karena omzet tidak stabil	Pernah, dengan memperbesar ukuran kemasan
Apakah bapak/ibu sudah mencoba berinovasi dengan meningkatkan kualitas makanan yang dijual?	Belum mencoba, karena keuntungan yang didapat terlalu sedikit	Belum mencoba, karena keuntungan yang didapat terlalu sedikit	Belum mencoba, karena keuntungan yang didapat terlalu sedikit	Belum mencoba, namun akan mencoba inovasi tersebut	Belum mencoba, karena keuntungan yang didapat terlalu sedikit
Apakah bapak/ibu juga sudah pernah mencoba berinovasi dengan menambah variasi pada jenis makanan yang dijual?	Sudah mencoba, dengan menambah rasa pada setiap produk yang dijual	Sudah mencoba, dengan memberikan pilihan menu yang bervariasi	Sudah mencoba, dengan menambah rasa pada setiap produk yang dijual	Sudah mencoba, dengan memberikan pilihan menu yang bervariasi	Sudah mencoba, dengan menambah rasa pada setiap produk yang dijual
Apakah bapak/ibu sudah mencari solusi inovasi produk	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Tidak pernah	Sudah pernah

agar tetap diminati konsumen?					
-------------------------------	--	--	--	--	--

Daftar pertanyaan	Gaza Giza	Pujazz	Bu Senu	Maskara	Rima sejaterah
Apakah produk bapak / ibu mengalami perkembangan jenis dalam kemasan?	Pernah, dengan merubah warna kemasan	Pernah, dengan menrubah jenis kemasan dan warna kemasan	Pernah, dengan merubah warna kemasan	Pernah, dengan merubah jenis kemasan	Pernah, dengan merubah jenis kemasan
Apakah bapak/ ibu sudah mencoba berinovasi dengan meningkatkan kualitas makanan yang dijual?	Belum mencoba, karena keuntungan yang didapat terlalu sedikit	Sudah mencoba, dengan memperhatikan kualitas bahan makanan yang akan dijual dan menggunakan bahan premium	Belum mencoba, namun akan mencoba inovasi tersebut	Belum mencoba, namun akan mencoba inovasi tersebut	Belum mencoba, karena keuntungan yang didapat terlalu sedikit
Apakah bapak/ibu juga sudah pernah mencoba berinovasi dengan menambah variasi pada jenis makanan yang dijual?	Sudah mencoba, dengan memberikan bentuk unik pada makanan yang dijual	Sudah mencoba, dengan menambah rasa pada setiap produk yang dijual	Sudah mencoba, dengan menambah rasa pada setiap produk yang dijual	Belum, karena hanya ingin focus satu produk yang dijual	Belum, karena ketua kelompok UMKM ingin menjaga keoriginalan makanan yang dijual
Apakah bapak/ibu sudah mencari solusi inovasi produk agar tetap diminati konsumen?	Tidak pernah	Sudah pernah	Sudah pernah	Tidak pernah	Tidak pernah

Table 4.2 transkrip wawancara UMKM

4.4 Pembahasan Hasil Pelaksanaan Magang dan Diskusi

Tugas dan tanggung jawab yang Kantor Dinas Bappeda Kota Yogyakarta berikan kepada penulis salah satunya tugas observasi dan wawancara kepada para UMKM Gandeng Gendong Program Binaan Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam pelaksanaan pemberian tugas magang tersebut menjadikan ide dan topik bagi penulis dalam menyusun penulisan tugas laporan akhir. Dalam penulisan ini penulis ingin mendeskripsikan mengenai problematika para kelompok UMKM Gandeng Gendong yang mengalami penurunan omzet. Utamanya terkait topik inovasi dan kreatifitas produk yang mereka jual.

4.4.1 Deskripsi Problematika UMKM Program Gandeng Gendong dalam Penerapan Inovasi

Untuk mengatasi ketimpangan social pada masyarakat kota Yogyakarta pemerintah kota membuat program bernama gandeng gendong dimana pemerintah kota bertujuan untuk membantu para masyarakat menengah kebawah dari segi ekonomi. Adanya pembentukan program ini juga menjadi misi Dinas Bappeda Kota Yogyakarta untuk membantu mensejahterahkan masyarakat. Syarat jika masyarakat kota Yogyakarta ingin membentuk Kelompok UMKM Gandeng Gendong program binaan pemerintah diwajibkan memiliki minimal 2 KMS dalam setiap anggota kelompoknya.

Namun seiring berjalannya waktu dan pada kondisi nyatanya beberapa kelompok UMKM tidak bisa bertahan dan kalah bersaing dengan kelompok UMKM yang lain. Salah satu factor yang membuat para UMKM tidak bisa bertahan dan kalah bersaing dengan UMKM yang lain sehingga menyebabkan mereka mengalami penurunan omzet ialah kurangnya berinovasi pada produk mereka.

Saat penulis melakukan sesi observasi pada produk UMKM penulis berpendapat bahwa memang produk mereka kurang mengikuti trend perubahan bahkan penulis berpendapat jika produk yang mereka jual kurang menarik dari segi kemasan maupun produk. Dan pada saat dilakukan observasi dan wawancara oleh penulis kondisi yang sebenarnya ada beberapa UMKM yang menyatakan sudah pernah dan sudah melakukan inovasi produk dengan berusaha memperbaiki produk mereka supaya jauh lebih menjual. Namun pada kondisi nyatanya mereka tetap kalah bersaing dan tetap mengalami penurunan omzet. Adapun masalah yang dihadapi para UMKM Gandeng Gendong dari segi penerapan inovasi produk diantaranya sebagai berikut:

1) Packaging / Kemasan Produk

Seiring berkembangnya zaman para pelaku usaha / UMKM mau tidak mau harus dituntut terus berinovasi dalam produknya. Dalam persaingan para pelaku usaha juga harus lebih kreatif dan inovatif dalam mendesain suatu kemasan produk supaya lebih terlihat unik dan menarik dibanding dengan para pesaing. Kemasan atau packaging menjadi salah satu bagian terpenting dan perlu diperhatikan pada produk. Karena kemasan berfungsi untuk

melindungi isi produk, selain kemasan yang baik dan aman tentunya kemasan harus didukung dengan estetika karena kemasan menjadi salah satu cara untuk membangun brand image serta menjadi sarana marketing.

Data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dan observasi hanya 7 dari 10 UMKM yang sudah mencoba berinovasi dari segi kemasan atau packaging. Antara lain ada UMKM De No, Kube Guyup Pakuncen, Gaza Giza, Pujozz, Bu Senu, Maskara, Rima Sejaterah. 7 UMKM ini sudah mencoba dan sudah pernah melakukan inovasi kemasan produk dari segi ukuran, perubahan warna kemasan, maupun desain kemasan. Namun rata rata dari mereka kurang maksimal dalam penginovasian produk mereka yang sudah mencoba berinovasi pada kemasapun rata rata hanya memperbarui kemasan menjadi ukuran yang lebih besar, dan tidak menghiraukan estetika atau keindahan kemasan produk agar menjadi lebih menarik.

Dan 3 diantara 10 tidak pernah melakukan inovasi pada kemasan. Antara lain ada Ika Buga, Webe Bogarasa, dan Arum. Bagi beberapa dari mereka kemasan tidak begitu penting untuk diinovasi atau dilakukan perubahan, yang lebih terpenting produk makanannya. Namun ada pula UMKM yang sebenarnya ingin melakukan perbaruan kemasan produk menjadi lebih menarik namun mereka terhambat oleh biaya karena omzet yang mereka dapat terkadang tidak menghasilkan laba keuntungan.

2) **Kualitas Makanan**

Kualitas produk makanan merupakan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya. Ketika UMKM mampu memberikan Kualitas yang baik untuk sebuah produk makanan yang dijual maka artinya mereka mampu melaksanakan fungsinya. Kualitas makanan yang baik dan layak untuk diterima oleh konsumen biasanya berupa ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Untuk para UMKM Gandeng Gendong yang berfokus pada penjualan makanan snack dan makanan Catering dinilai sangat penting untuk memperhatikan kualitas makanan, dikarenakan makanan merupakan produk utama yang mereka jual.

Data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dan observasi hanya 1 dari 10 UMKM yang sudah mencoba berinovasi dan memperbaiki dari segi kualitas makanan yaitu UMKM Pujozz. Ibu Erin selaku ketua dari kelompok UMKM Pujozz menjelaskan bahwa kualitas bahan yang dipakai premium, tekstur dan ukuran makanan dibuat melebihi standart makanan pada umumnya, karena bagi Kelompok UMKM Pujozz untuk mengambil laba tidak perlu terlalu banyak yang terpenting adalah soal kualitas makanan yang diterima oleh konsumen baik dan dapat membuat kesan yang memuaskan.

9 UMKM lainnya yaitu ada UMKM Ika Buga, Webe Bogarasa, De No, Arum, Kubu Guyup Pakunen, Gaza Giza, Bu Senu, Makara, Rima Sejaterah. Para UMKM ini belum atau tidak terlalu memperhatikan kualitas makanan yang dijual, alasanya karena sebagian besar dari mereka beranggapan bahwa

budget atau modal yang dimiliki harus disesuaikan dengan bahan makanan yang akan dibeli. Ketidakstabilan Pemasukan Laba menjadi salah satu factor juga bagi mereka untuk meningkatkan Inovasi kualitas produk makanan yang dijual. Namun sebenarnya mereka juga ingin memberikan yang terbaik bagi konsumen dengan kualitas produk makanan yang baik untuk memajukan penjualan mereka, hanya saja banyak pertimbangan yang mereka pikirkan dengan laba dan pemasukan yang menurun, belum lagi banyak pengeluaran untuk gaji atau bagi hasil per anggota kelompok UMKM, Membayar hutang KUR, dll.

3) Makanan Kurang Bervariasi

Ketika konsumen mengkonsumsi atau membeli makanan dengan pilihan menu yang kurang bervariasi terkadang membuat konsumen menjadi sedikit bosan dan akan beralih ke UMKM lain yang jauh lebih banyak menawarkan dan menyajikan menu snack atau catering yang bervariasi. Selain itu variasi makanan juga dinilai sangat penting dalam penerapan inovasi produk, karena makanan yang berbeda akan mengandung nutrisi yang berbeda pula.

Data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dan observasi, 8 dari 10 UMKM yang sudah mencoba berinovasi pada variasi makanan yang mereka jual. Antara lain ada UMKM Ika Buga, Webe Bogarasa, De No, Arum, Kubu Guyup Pakuncen, Gaza Giza, Pujozz, Bu Senu. Menurut mereka produk yang mereka jual sudah melakukan penerapan inovasi pada variasi

makanan yang dijual. Mereka juga menjelaskan bahwa mereka selalu mencoba memperbarui dan menambah menu makanan yang mereka jual supaya mengurangi rasa bosan pada konsumen selain itu juga supaya untuk tetap menarik minat beli konsumen.

Sedangkan itu 2 dari 10 UMKM menjelaskan bahwa mereka tidak ingin menambah variasi makanan yang ada. Yaitu ada kelompok UMKM Makara dan Rima sejaterah. Alasan UMKM Maskara tidak ingin menambah variasi makanan yang dijual karena memang kelompok UMKM ini hanya ingin focus pada penjualan catering nasi kuning, sedangkan alasan kelompok UMKM Rima sejaterah tidak ingin menambah variasi produk yang dijual karena factor usia ketua kelompok UMKM yang sudah tidak lagi muda, dan juga kelompok UMKM ini ingin menjual produk dengan menjaga ke originalan produk yang dijual.

4.4.2 Solusi Problematika UMKM Program Gandeng Gendong

Dalam menyelesaikan problematika yang dihadapi para kelompok UMKM Gandeng Gendong ada beberapa solusi yang dapat dicoba diterapkan. Setelah penulis melakukan observasi dan wawancara penulis menganalisi ada beberapa solusi diantaranya:

1) **Membuat Kemasan yang Menarik**

Inovasi dengan merubah kemasan produk menjadi kemasan yang lebih menarik dapat menjadi jalan bagi UMKM untuk meningkatkan branding usahanya. Dengan adanya inovasi tersebut maka kemasan produk UMKM akan memiliki keunikan dan ciri tersendiri dibanding pesaing. Selain itu nilai estetika dalam kemasan produk juga perlu diperhatikan, Karena estetika kemasan biasanya akan dilirik pertama kali oleh pelanggan. Selain itu nilai lebih bagi UMKM dengan memiliki kemasan produk yang berbeda, unik, aman, dan cantik akan memberikan value tersendiri.

Menurut, Danger (1992:3) pengemasan produk menjadi bagian terpenting dalam bentuk promosi suatu produk. Agar inovasi kemasan berhasil maka para UMKM harus memiliki daya tarik pada kemasan (visual) dan daya tarik praktis (fungsional). Menjadi daya Tarik Penginovasian pada kemasan yang benar sebaiknya mengutamakan visual, emosional, dan rasional. Menurut penelitian 80% penginderaan melalui penglihatan. Maka dari itu inovasi pada kemasan harus melibatkan unsur unsur grafis yang lebih menarik seperti warna, bentuk, ilustrasi, huruf dan tata letak merupakan unsur yang memiliki peran terbesar dalam proses penyampaian visual communication.

2) Mengutamakan Kualitas Produk

Memperhatikan kualitas makanan yang dijual berpengaruh dalam kepuasan konsumen. Salah satu kunci untuk memenangkan persaingan bisnis yaitu dengan mengutamakan kualitas dengan cara menciptakan kepuasan konsumen, dan pada kenyataannya ketika konsumen tidak puas dengan kualitas makanan yang diterima maka konsumen tidak akan loyal dan mudah beralih, karena kualitas suatu makanan memiliki peran penting.

Menurut Kotler dan Amstrong kemampuan suatu produk untuk memberikan kualitas produk yang baik seharusnya melakukan fungsi fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya. (Kotler & Amstrong, 2008:347). Di mata konsumen, kualitas adalah sesuatu yang memiliki ruang tersendiri yang berbeda dengan kualitas dari pandangan produsen (Garvin, Daniel, dan Timpe, 2005).

Maka dari itu, penerapan inovasi dengan memperbaiki kualitas makanan akan menjadi salah satu solusi yang bisa diterapkan UMKM untuk mengatasi problematika pada penurunan omzet. Hal ini dapat dilihat dengan penelitian terdahulu oleh (Kusuma 2015:1), hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa suatu kualitas produk sangat memiliki pengaruh terhadap suatu kepuasan pelanggan atau konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan.

Diharapkan dengan melakukan inovasi perbaikan kualitas makan pada produk yang dijual oleh UMKM akan menciptakan kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan konsumen tersebut yang akan mampu menciptakan loyalitas pelanggan

3) Menambah variasi makanan

Banyak bisnis yang bergerak dibidang kuliner dengan hanya focus pada satu atau sedikit jenis makanan saja. Sebagai apapun promosi dan penampilan, jika makanan tidak memuaskan dan terlalu membosankan, konsumen tidak akan kembali membeli produk. Karena rata rata orang sering merasa bosan dengan makanan yang itu itu saja atau monoton, yang mengakibatkan penjualan menjadi menurun. Oleh karena itu, penambahan variasi makanan menjadi salah satu perhatian yang penting agar suatu usaha kuliner dapat terus berkembang. Dengan menambah variasi rasa, ukuran, inovasi bentuk produk makanan yang unik, dll yang akan memberikan konsumen rasa kejutan.

Melakukan penerapan inovasi dengan menambah variasi rasa, ukuran, bentuk, dll yang dibuat unik dan berbeda pada setiap produknya merupakan strategi yang cocok untuk dapat melampaui pesaing. Penerapan inovasi variasi makanan yang akan dijual dengan dibuat unik dan berbeda akan menjadikan ciri khas tersendiri bagi UMKM dan peluang ketertarikan pelanggan dengan produk mereka akan lebih tinggi. Misalnya menjual produk catering nasi, maka lebih

baik banyak menyediakan menu makanan yang beragam seperti ayam goreng tepung, ikan goreng / bakar, lele goreng / bakar, ayam geprek, seafood, dll. Selain itu lauk sayur dan lauk pendamping juga disertakan. Tak hanya produk catering, produk makanan snack juga dibuat beragam seperti, serabi yang dibuat dengan versi warna yang berbeda beda, kue pastel dengan isian yang berbeda beda, roti goreng yang dibuat dengan bentuk bentuk berbeda beda, dll.

4) Pembuatan Logo Produk yang Menarik

Surianto Rustan (2009:12) didalam bukunya yang berjudul medesain Logo, Logo merupakan salah satu cara untuk mempresentasikan suatu usaha. Sebagai tanda visual, karena itu logo lebih baik dibuat mudah dikenali karena logo berisi informasi tentang Produk. Dengan berbagai informasi produk, logo akan menjadi sarana komunikasi yang lebih baik untuk perkenalan pada konsumen terhadap suatu produk atau perusahaan. Menurut (Terence A. Shimp, 2003: 306), tidak ada keraguan jika logo menjadi metode komunikasi yang dapat mempengaruhi citra merek dan visibilitas. Oleh karena itu, logo menjadi salah satu peran dalam strategi pemasaran produk dan peningkatan penjualan produk.

Shimp (2003) juga berpendapat bahwa di zaman sekarang, strategi yang baik adalah Untuk membuat bentuk logo dengan desain yang sederhana, dan juga tidak terlalu rumit. Dengan melakukan

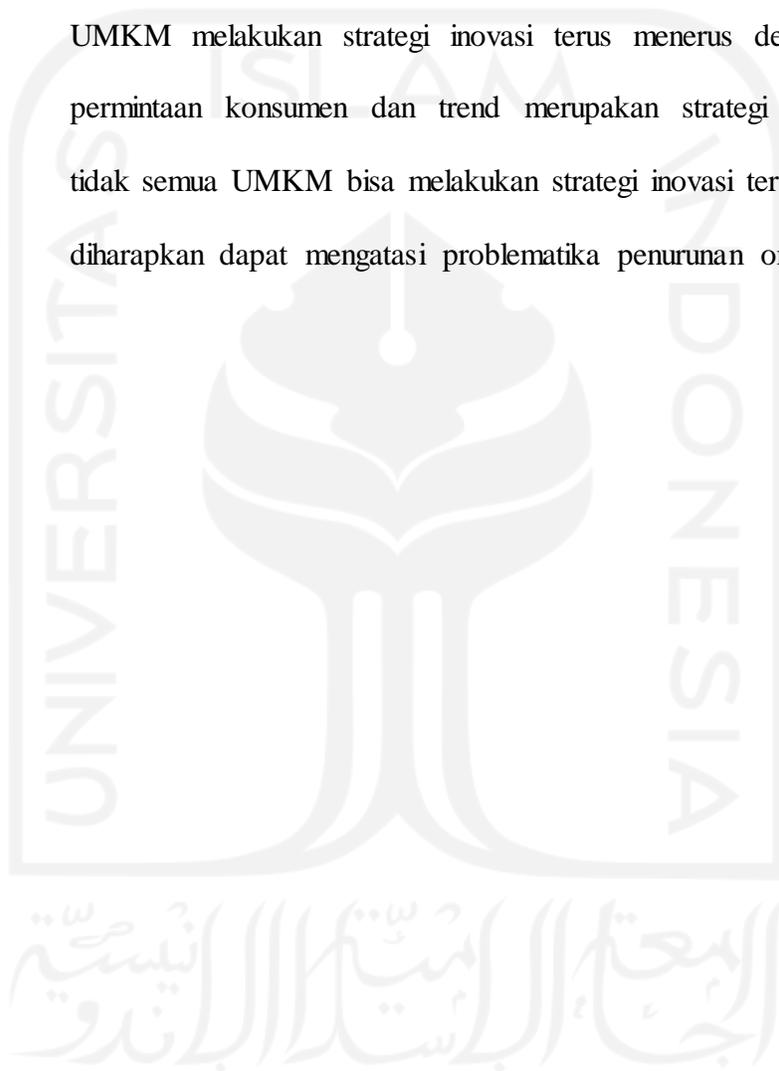
perbaikan logo produk merupakan inovasi branding yang efektif dalam penjualan, karena logo merupakan wajah dari sebuah usaha, dengan begitu penting bagi UMKM untuk mencoba berinovasi dengan membuat desain logo yang powerful dan mudah diingat oleh pelanggan. Dengan logo yang mudah diingat akan membuat pelanggan menjadi lebih mengenal produk UMKM. Dengan UMKM melakukan redesain logo dapat menunjukkan bahwa kelompok UMKM tersebut berprogresif dan bisa jadi memiliki keuntungan dalam jangka panjang.

5) Mengikuti Trend dan Permintaan Konsumen.

Semakin berkembangnya zaman banyak sekali perubahan yang harus mau tidak mau diterapkan termasuk dalam penjualan produk. Melakukan inovasi dengan mengikuti trend perubahan perkembangan zaman dan permintaan konsumen dapat menjadikan peluang suatu bisnis. Dengan mengikuti trend dan permintaan konsumen maka UMKM dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara kepuasan. Selain rasa kepuasan juga dapat memikat pelanggan dengan menghilangkan rasa bosan pada pelanggan.

Menurut Hurley and Hult (1998: 45) bahwa sebuah inovasi perusahaan harus beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, maka dari itu perusahaan dituntut untuk mampu meniptakan pemikiran pemikiran baru, gagasan gagasan baru, dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan untuk memuaskan pelanggan.

Dilakukannya inovasi terus menerus dengan mengikuti permintaan konsumen adalah strategi yang efektif untuk melampaui pesaing kelompok UMKM yang lain. Penulis juga setuju jika para UMKM melakukan strategi inovasi terus menerus dengan mengikuti permintaan konsumen dan trend merupakan strategi efektif dimana tidak semua UMKM bisa melakukan strategi inovasi terus menerus dan diharapkan dapat mengatasi problematika penurunan omzet.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil wawancara mengenai analisis penerapan inovasi produk, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan inovasi produk pada UMKM yang tergabung dalam program Gandeng Gendong masih kurang maksimal diberapakan penerapan inovasi. Berikut penerepan inovasi produk pada UMKM program Gandeng Gendong:

1) Kemasan/Packaging

Penerapan inovasi kemasan atau packaging produk kurang maksimal karena para UMKM kurang memperhatikan bentuk inovasi di kemasan. Hanya 7 dari 10 UMKM yang menerapkan inovasi kemasan, namun itupun kurang maksimal.

2) Kualitas Makanan

Penerapan inovasi pada Kualitas makanan kurang maksimal karena hanya terapkan 1 dari 10 UMKM, dan 9 UMKM lainnya belum mencoba melakukan penerapan inovasi tersebut.

3) Variasi makanan/produk

Penerapan inovasi kualitas makanan sudah mulai banyak dan cukup maksimal, karena sudah dilakukan 8 dari 10 UMKM yang sudah melakukan penerapan inovasi variasi produk.

5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah diambil oleh penulis, maka dapat diberikan rekomendasi atau saran yaitu sebagai berikut:

1. Untuk Dinas Pemkot Bappeda Kota Yogyakarta

- Untuk mendukung para UMKM berkembang dalam penjualan dan inovasi produknya sebaiknya Dinas Bappeda memberikan edukasi untuk para kelompok UMKM
- Untuk mendukung dilakukannya inovasi terus menerus dan berkelanjutan dengan mengikuti permintaan konsumen maka sebaiknya Dinas bappeda memberikan pelatihan secara rutin sebab hal tersebut sangat dibutuhkan oleh UMKM dalam mengembangkan bisnis nya dengan berinovasi.
- Selain pelatihan dinas bappeda juga sebaiknya memberikan sosialisasi rutin dengan UMKM supaya UMKM juga memiliki kesadaran mengenai pentingnya berinovasi dalam persaingan bisnis.

Sosialiasi rutin yang diberikan oleh dinas pemerintah juga sebaiknya diberikan secara merata pada UMKM manapun baik UMKM dengan omzet rendah maupun tinggi.

- Adanya pendampingan dari dinas pemerintah juga sebaiknya lebih diperhatikan dan diratakan, karena pendampingan dan bimbingan yang diberikan dari dinas pemerintahan juga membantu para UMKM berkembang.

2. Untuk UMKM Program Gandeng Gendong

- Peran keaktifan ketua maupun anggota kelompok UMKM untuk terus menacari tau mengenai trend inovasi apa yang bisa dilakukan untuk mendorong penjualan
- Menerima kritik dan saran dari konsumen sebagai bahan masukan untuk produk yang dijual
- Memperhatikan kepuasan konsumen sebagai bahan masukan dan perbaikan produk

DAFTAR PUSTAKA

- Albesta, M. (2018). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Warunk Upnormal Kota Malang. *Jurnal Universitas Brawijaya*. Retrieved From File:///C:/Users/Asus/Downloads/4864-9463-1-Sm.Pdf
- Aryatois, Z. (2019). Pengaruh Klaster Industri Terhadap Manajemen Pengetahuan Dan Kinerja Inovasi Pada Ukm Di Yogyakarta. *Dspace Uii*. Retrieved From <https://Dspace.Uii.Ac.Id/Handle/123456789/15108>
- Bappeda Jogja Kota. (2020, November 11). *Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 16 Tahun 2020*. Retrieved From [Bappeda.Jogjakota.Go.Id: https://Bappeda.Jogjakota.Go.Id/Assets/Instansi/Bappeda/Files/Perwal-Nomor-116-Tahun-2020-Tentang-Kedudukan,-Susunan,-Tupoksi--5873.Pdf](https://Bappeda.Jogjakota.Go.Id/Assets/Instansi/Bappeda/Files/Perwal-Nomor-116-Tahun-2020-Tentang-Kedudukan,-Susunan,-Tupoksi--5873.Pdf)
- Bappeda Kota Yogyakarta. (2021). *Profil 2021 Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Bappeda Kota Yogyakarta.
- Bappeda Kota Yogyakarta. (2018). *Buku Profil Nglarisi*. Yogyakarta: Bappeda Kota Yogyakarta.
- Basalamah, R., Erwaedy, A., & Dkk. (2019). *Manajemen Inovasi Dalam Bisnis*. Malang, Jawa Timur, Indonesia: Ae Publishing.
- Carayannis, Samara, E., & Bakaouros, Y. (2011). *Innovation And Entrepreneurship: Theory, Policy And Practice, Organizational Learning And Knowledge*. Springer. Doi:10.1007/978-3-319-11242-8.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry And Research Design Choosing Among Five Approaches (4th Edition Ed.)*. California: Sage Publishing.
- Danger, E. P. (1992). *Selecting Colour For Packaging*. England: Gower Tehnial Press Ltd.
- Dinas Perpustakaan Dan Arsip Daerah Daerah Istimewah Yogyakarta. (2021, Agustus 28). *Item Bpad.Otda.T21.Ii.1.651 - Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 185 Tahun 1980 Tentang Pedoman Organisasi Dan Tata Kerja Badan*

Perencanaan Pembangunan Daerah Tingkat I Dan Ii. Retrieved From <https://arsip.jogjapro.go.id/index.php/keputusan-menteri-dalam-negeri-no-185-tahun-1980-tentang-pedoman-organisasi-dan-tata-kerja-badan-perencanaan-pembangunan-daerah-tingkat-i-dan-ii>

- Dr. Rukin, S. M. (Oktober 2019). *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Takalar, Sulawesi Selatan, Indonesia: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Ekasari, N., Hasanah, N., Siregar, A., Sari, N., & Nifita, A. (2019). Mplementasi Digital Marketing Dan Inovasi Kemasan Kue Bengen Produk Kuliner Khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi, Dan Dharma Bagi Masyarakat (Jitdm), Vol.1 No.1*. Retrieved From <https://online-journal.unja.ac.id/jitdm/article/view/8675/version/7043/5223>
- Elfahmi, S., & Jatmika, D. (2019, May). Pengaruh Inovasi Terhadap Ukm Naik Kelas Melalui Daya Saing Produk (Studi Ukm Kuliner Rahajeng Catering Pati Dan Indoburger Rembang). *Stie Mahardhika Surabaya , Universitas Kahuripan Kediri, Vol 17(3), 7*. Doi:File:///C:/Users/Asus/Documents/Magang/Jurnal/Pengaruh%20inovasi%20oterhadap%20ukm%20naik%20kelas.Pdf
- Fitrah, S.Pd., Mpd, M., & Dr. Luthfiah, M.Ag. (Septembeer 2017). *Metodologi Penelitian*. (Dr. Ruslan, M.Pd, M.Ag, & D. M. Effendi, M.M, Eds.) Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia: Cv Jejak.
- Garvin, Daniel, & Timpe, A. D. (2005). *Seri Ilmu Dan Seni Manajemen Bisnis "Kinerja"*. Jakarta: Gramedia Asri Media.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas Dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 13*.
- Hijraty, R. (2018). Manajemen Waktu Dan Prokrastinasi Skripsi Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Dspace Uii*. Retrieved From <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/11655>
- Hurley, R. F., & Hult, G. (1998). Innovation, Market Orientation, And Organizational Learning: An Integration And Empirical Examination. *Journal Of Marketing , 62: 42-54*.
- Ibniwasum, L. (2020). Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan . *Skripsi Iain Bengkulu*. Retrieved From [Http://repository.iainbengkulu.ac.id/5329/1/Skripsi%20lia%20pdf.Pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/5329/1/Skripsi%20lia%20pdf.Pdf)

- Ichwan, A. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Responsif Dan Proaktif Terhadap Inovasi Produk Dan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada Umkm Bidang Kuliner Di D.I. Yogyakarta). *Jurnal Article Universitas Islam Indonesia*, 30. Doi:File:///C:/Users/Asus/Documents/Magang/Jurnal/Pengaruh%20orientasi%20pasar%20responsif%20dan%20proaktif%20terhadap.Pdf
- Jdih Bpk Ri Database Peraturan. (1974, Agustus 27). *File Peraturan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 15 Tahun 1974*. Retrieved From Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 142 Tahun 1974: <https://Peraturan.Bpk.Go.Id/Home/Details/78425/Keppres-No-15-Tahun-1974>
- Jdih Jogjakota . (2018, April 4). *Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 23 Tahun 2018*. Retrieved From [Jdih.Jogjakota.Go.Id: https://Jdih.Jogjakota.Go.Id/Asset/Naskah/Perwal%20no%2023%20tahun%202018%20ttg%20program%20gandeng%20gendong%20kota%20yogyakarta.Pdf](https://Jdih.Jogjakota.Go.Id/Asset/Naskah/Perwal%20no%2023%20tahun%202018%20ttg%20program%20gandeng%20gendong%20kota%20yogyakarta.Pdf)
- Jurnal Entrepreneur. (2022). 6 Tips Membuat Desain Kemasan Produk Menarik Dan Unik! Retrieved From <https://www.jurnal.id/id/blog/desain-produk-berperan-menarik-minat/>
- Komariah, A., Mulyanto, M., & Darsini. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Produk Makanan Di Daerah Klodran, Karanganyar. *Semnas 2018: Publikasi Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*. Retrieved From <http://prosiding.univtbantara.ac.id/index.php/sn2018/article/view/84>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Pengguna Jasa Maskapai Domestik Di Surabaya. *Repository Universitas Airlangga*.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. (F. Annisyaa S.E, & S. Sukarno S.Ip., Eds.) Semarang, Jawa Tengah, Indonesia: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (Lsp). Retrieved 2022, From <http://lib.unnes.ac.id/>
- Lestari, R. (2019). Alasan Kenapa Menu Anda Harus Bervariasi. Retrieved From <https://www.medcom.id/rona/kesehatan/8ky4wxek-alasan-kenapa-menu-anda-harus-bervariasi>

- Lestari, R. E. (Agustus 2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Cetakan Pertama Ed.). Malang, Jawa Timur, Indonesia: Ub Press.
- Libarkin, Julie, & Josepha, K. P. (2002, January). Research Methodologies In Science Education: The Qualitative-Quantitative Debate. *Journal Of Geoscience Education, V50 N1 P78-86*.
- Milatul H, R., Maghfiroh, A., Christy R, A., & Rosani P, M. (2013). Manajemen Inovasi. P. 21. Retrieved 2022, From [Www.Ymayowan.Lecture.Ub.Ac.Id](http://www.Ymayowan.Lecture.Ub.Ac.Id)
- Mokalu, F., & Tumbel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Volume. *Jurnal Emba, Vol. 5 No. 1*. Retrieved From <File:///C:/Users/Asus/Downloads/7085-13877-1-Sm.Pdf>
- Prof. Dr Yusuf, M. M. (Januari 2017). *Metedologi Penelitian: Kuantitatif. Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Cetakan Ke-4 Ed.). Jakarta, Indonesia: Kencana Prenadamedia Group.
- Prof. Dr. Abdullah, S.H., M.M., M.Si, H. (September 2015). *Metedologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman, Yogyakarta, Indonesia: Aswaja Pressindo. Retrieved 2022, From <Http://Idr.Uin-Antasari.Ac.Id/>
- Prof. Dr. Rahardjo, M. H. (2017). Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya. *Uin Maulana Malik Ibrahim Malang*, 28. Retrieved 2022, From <Http://Repository.Uin-Malang.Ac.Id/>
- Putra, A. (2019). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keunggulan Kompetitif Melalui Inovasi Produk Pada Umkm Makanan Dan Minuman Kekinian Di Yogyakarta. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*, 84. <Doi:File:///C:/Users/Asus/Documents/Magang/Jurnal/Pengaruh%20knowledge%20management%20terhadap%20keunggulan%20kompetitif.Pdf>
- Rogers, E. (1983). *Diffusion Of Innovation*. New York: The Free Press.
- Rosmadi, M. (2021, July). Inovasi Dan Kreativitas Pelaku Usaha Umkm Di Era Covid-19. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika* , Vol 4(2), 8. Retrieved 2021, From <File:///C:/Users/Asus/Documents/Magang/Jurnal/Inovasi%20dan%20kreativitas%20pelaku%20usaha%20umkm%20di%20era%20covid-19.Pdf>
- Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Sabrianto, R. (2019). Pengaruh Manajemen Kualitas Terhadap Inovasi Dan Keunggulan Kompetitif (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Yogyakarta). *Dspace Uii*. Retrieved From <Https://Dspace.Uii.Ac.Id/Handle/123456789/15387>

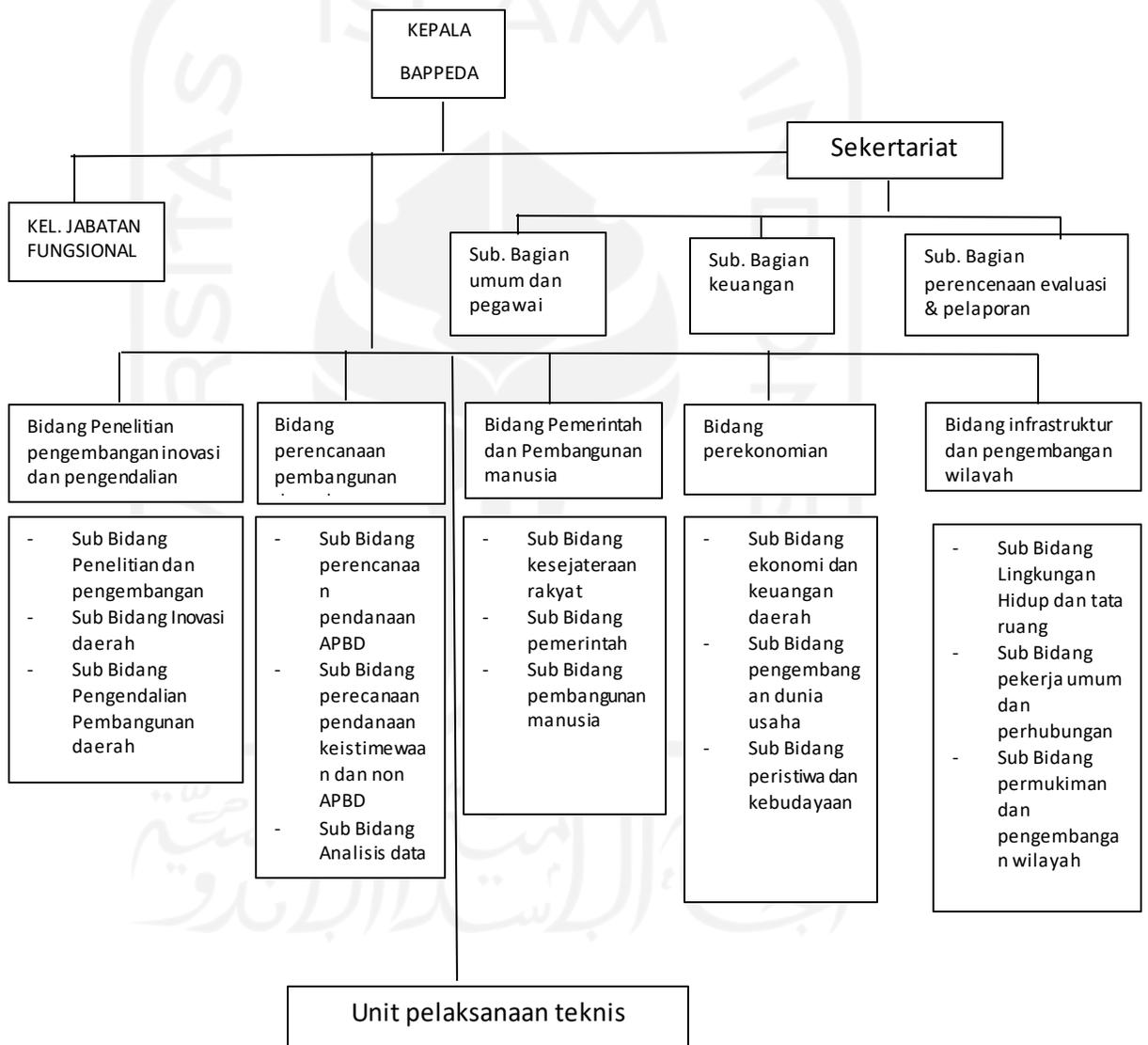
- Sa'diyah, H. (2020). Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Universitas Nurul Jadid (Unuja)*. Retrieved From [Http://Webcache.Googleusercontent.Com/Search?Q=Cache:67xznhyox4qj:Ejournal.Stainupacitan.Ac.Id/Index.Php/Al-Iqtishady/Article/Download/96/Pdf+&Cd=11&Hl=Id&Ct=Clnk&Gl=Id](http://Webcache.Googleusercontent.Com/Search?Q=Cache:67xznhyox4qj:Ejournal.Stainupacitan.Ac.Id/Index.Php/Al-Iqtishady/Article/Download/96/Pdf+&Cd=11&Hl=Id&Ct=Clnk&Gl=Id)
- Saraswati, P., & Santika, I. (2019). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Produsen Makanan Oleh-Oleh Khas Bali. *E-Jurnal Manajemen*, Vol 8(12), 21. Doi:File:///C:/Users/Asus/Documents/Magang/Jurnal/Peran%20inovasi%20produk%20memediasi%20orientasi%20pasar%20oleh%20oleh%20khas%20bali.Pdf
- Sasono, E., & Rahmi Y. (2014, Oktober). Manajemn Inovasi Pada Usaha Kecil Menengah. (S. Semarang, Ed.) *Jurnal Stie Semarang*, Vol 6(3), 17. Retrieved 2022, From [Http://Jurnal3.Stiesemarang.Ac.Id/](http://Jurnal3.Stiesemarang.Ac.Id/)
- Segati, A. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, Vol.3 No.2 . Retrieved From [Https://Core.Ac.Uk/Download/Pdf/229197334.Pdf](https://Core.Ac.Uk/Download/Pdf/229197334.Pdf)
- Septiningrum. (2021). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food And Beverage Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, Vol 8. Retrieved From [Https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Jmbi/Article/View/32638](https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Jmbi/Article/View/32638)
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jilid 1 (Edisi 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Sisca, Simarmata, H. M., Purba, E. G., Dewi, I. K., Fajrillah, M. S., Sudarso, A., & Sudarmanto, E. (Januari 2021). *Manajemen Inovasi* (Cetakan 1 Ed.). (D. Simarmata, S.T., M.Kom, Ed.) Medan, Sumatra Utara, Indonesia: Yayasan Kita Menulis.
- Stephen, R. (1994). *Teori Organisasi Struktur, Desain Dan Aplikasi* (3 Ed.).
- Strauss, Corbin, & Golafshani. (2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sutawidjaya, & Asmarani. (2018, September). Evaluasi Pelayanan Publik Produk Hukumonline.Com Untuk Mengetahui Kebutuhan Pelanggan Kasus Pt Justika Siar Publika . *Jurnal Jdm*, Vol 1(2), 32-45. Doi:File:///C:/Users/Asus/Documents/Magang/Jurnal/Hoq%20-%20kasus%20pt%20justika%20siar%20publika.Pdf

- Tanuwijaya, L., Novitasari, T., Arfiani, E., Wani, Y., & Wulandari, D. (2019). Kepuasan Pasien Terhadap Variasi Bahan Makanan Di Rumah Sakit . *Jurnal Gizi* , Vol.8 No.1. Retrieved From File:///C:/Users/Asus/Downloads/4765-10230-1-Sm%20(1).Pdf
- Trott, P. (2017). *Innovation Management And New Product Development, 6th Ed.* Portsmouth: Pearson Education.
- Widiyanti, & Wisayang, V. (2021, Maret). Inovasi Dan Kreativitas Kang Bagong Catering Semarang Di Tengah Pandemi. *Jurnal Sains, Teknologi, Masyarakat Dan Jejaring*, Vol 3(2), 11. Doi:File:///C:/Users/Asus/Documents/Magang/Jurnal/Inovasi%20dan%20kreativitas%20kang%20bagong%20catering%20semarang.Pdf
- Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif Dan Inovasi.* Jakarta: Yayasan Barcode.
- Wijaya, R., Qurratu'aini, N., & Paramastri , B. (2019, Desember 2). Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 5, 217-227. Doi:File:///C:/Users/Asus/Downloads/2922-8411-1-Pb.Pdf
- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Media Neliti Jurnal Universitas Kristen Petra.* Retrieved From <https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/185673-Id-Analisa-Pengaruh-Kualitas-Makanan-Terhad.Pdf>
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research Design (4th Ed. Vo).* Sage Publiaction.
- Yin, R. K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode.* Jakarta: Rajawali Pers.
- Yuliani, R., & Widyakanti. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan Fisip Universitas Lambung Mangkurat*, Vol2. No.2 . Retrieved From File:///C:/Users/Asus/Downloads/990-Article%20text-3665-1-10-20201126.Pdf

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

Struktur Organisasi Dinas Bappeda Kota Yogyakarta



LAMPIRAN II

Surat Permohonan Magang



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

Nomor : 2140/WD2/10/Div.URT/IX/2021
Hal : Permohonan Ijin Magang

Kepada Yth
Pimpinan
Dinas Komunikasi Informatika dan Persandian Kota Yogyakarta
Jl. Kenari Muja Muju, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, D.I.Y 55165

Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Diberitahukan dengan hormat, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Ekonomika Universitas Islam Indonesia adalah institusi pendidikan yang memiliki tujuan menciptakan lulusan profesional di bidangnya.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak atau Ibu memberikan ijin mahasiswa kami dalam melaksanakan magang di perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama : Olivia Ayu Nadia
NIM : 18311190
Alamat : Jalan Kusumanegara Uh2 696b Muja Muju
Tempat/Tgl. Lahir : Yogyakarta / 11 Maret 2000
Program Studi : Manajemen
Jenjang : Strata 1 (S1)
Periode Magang : 1 Oktober 2021 - 1 Februari 2022

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh

Yogyakarta, 13 September 2021
Wakil Dekan Bidang Keagamaan,
Kemahasiswaan, dan Alumni,



LAMPIRAN III

Kriteria sample dari Bapak Agus dan Bu Lia Bappeda Kota Yogyakarta

1. Harus ada sampel per kelurahan
2. Proporsi sampel per kelurahan dihitung dengan menghitung rata-rata jumlah kelompok per kelurahan se-kota, dimana diperoleh angka 5,6 (rata2 jumlah kelompok per kelurahan se-kota). Untuk penentuan berdasarkan kelipatan rata2. Kelurahan dengan jumlah kelompok di bawah 5,6 diambil 1 kelompok. Di antara 5,6 - 11,2 diambil 2 kelompok. Kelurahan dengan jumlah 11,2 ke atas diambil 3 kelompok. Total 60 kelompok sebagai sample
3. Kriteria sampel diambil adalah kelompok yang memiliki anggota KMS minimal 2 orang, nilai omzet masih minim, atau menunjukkan tren penurunan omzet paling signifikan dalam 1 kelurahan selama 2 tahun terakhir
4. Lokasi hanya 39 kelurahan, karena kelompok di 6 kelurahan (di jogja ada 45 kelurahan) tidak memenuhi syarat no 3

LAMPIRAN IV

Logo para UMKM MarketHub Nglarisi Kota Yogyakarta



(Ika Boga)



(WeBe Bogarasa)



(Gaza Giza)



(De'No)



(Arrum)



(Maskara)



(Pujozz)



(Rima Sejaterah)



(Kube Guyup Pakuncen)

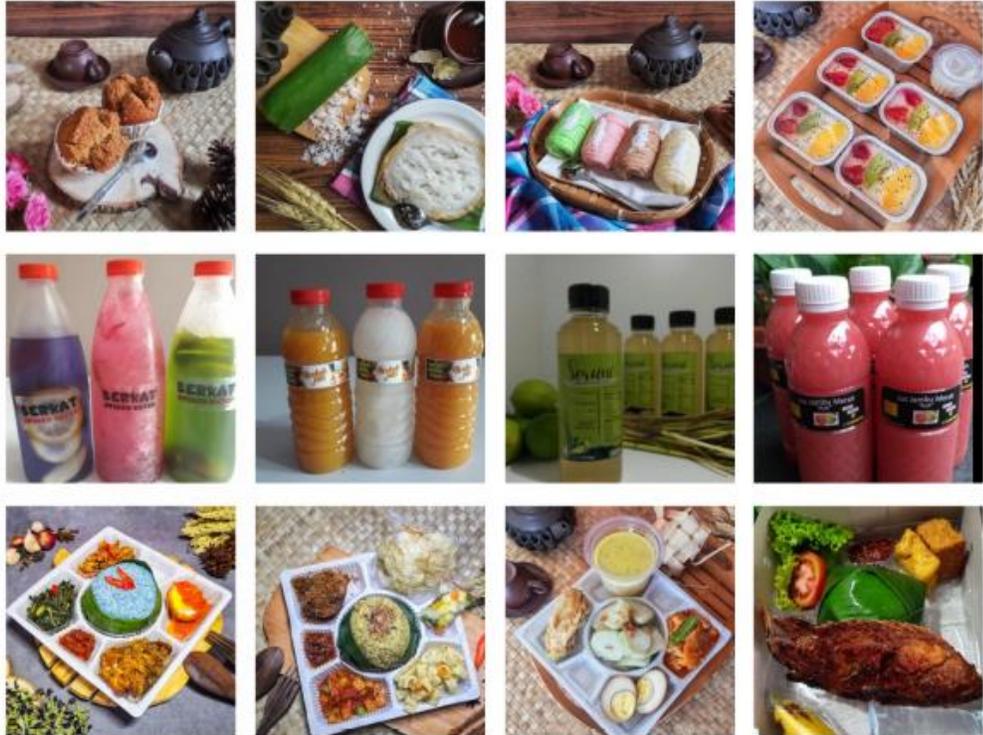


(Bu Senu)

LAMPIRAN V

Contoh Produk yang dijual di MarketHub Nglarisi

CONTOH PRODUK NGLARISI



LAMPIRAN VI

Dokumentasi saat wawancara dan observasi kondisi tempat produksi / masak

a) UMKM Arrum



b) UMKM Bu Senu



c) UMKM DE NO



d) UMKM Gaza Giza



e) UMKM Ika Boga



f) UMKM Kube Guyup Pakuncen



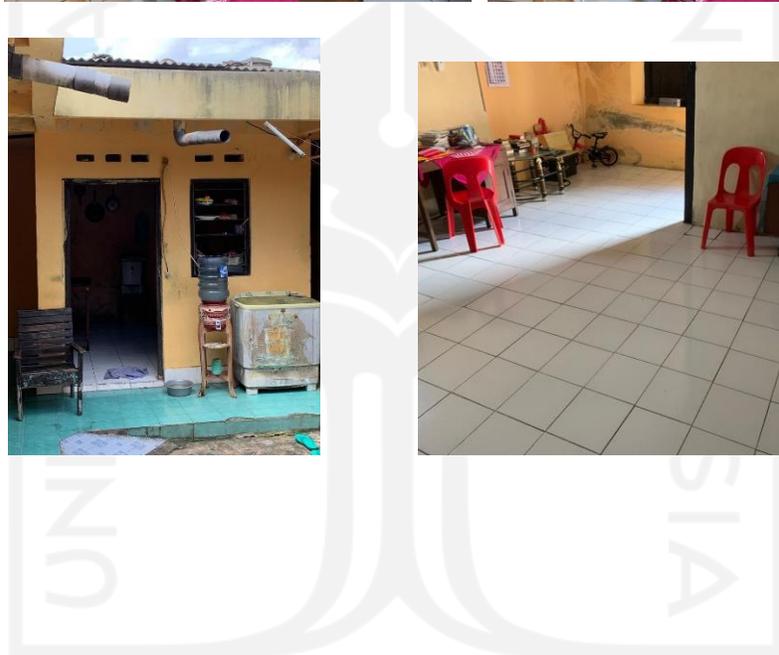
g) UMKM Maskara



h) UMKM Pujazz



i) UMKM Rima Sejaterah



الجامعة الإسلامية
الاستدراكية

j) UMKM Webe Bogarasa



الجامعة الإسلامية
الاستدراك