

## **INOVASI PRODUK SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RANGGINANG DI DESA PURWOSARI**

**Niki Widiastutik<sup>1\*</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Kec. Jenangan, Kabupaten Ponorogo, (0352) 481277 (Hunting) Fax. 461893 Ponorogo 63471 Indonesia

\*e-mail: [nikiwidiastutik07@gmail.com](mailto:nikiwidiastutik07@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Usaha mikro rangginang Ibu Yayuk memerlukan dukungan untuk memperoleh produk rangginang yang bermutu baik, serta lebih laku dipasaran. Sebagian permasalahan produksi serta pengembangan menjadi hambatan untuk menggapai tujuan antara lain adalah adanya inovasi yang bisa dikembangkan pada rangginang. Permasalahan yang diangkat dalam bentuk metode Asset Based Community Development (ABCD) yang mengutamakan pemanfaatan aset serta kemampuan dekat, dalam pengabdian ini merupakan sedikitnya inovasi yang diangkat dalam usaha rangginang. Dari aktivitas pengabdian ini sudah dihasilkan inovasi produk rangginang yang semula tiap satu minggu sekali memproduksi 35 bungkus rangginang, setelah terdapatnya inovasi yang dituangkan dalam produk rangginang jadi 50 bungkus dalam satu minggu sekali. Salah satu rasa yang jadi unggulan produk ini adalah rasa manis, serta inovasi yang dituangkan merupakan inovasi rasa asin serta tambahan topping gula merah cair pada rangginang.

Kata kunci: Inovasi Produk, Pengembangan, Rangginang, ABCD

### **Pendahuluan**

Kompetisi yang semakin ketat di dunia bisnis adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan atau perusahaan mikro, sehingga diperlukan bahwa UMKM dapat memahami dan memahami dinamika atau perubahan yang terjadi di pasar, terutama yang berkaitan dengan inovasi yang mampu menanggapi persaingan di dunia pemasaran. Inovasi yang dibuat oleh UMKM, melalui penciptaan produk baru dan berbeda dengan produk lain, atau membuat perubahan dalam produksi. Tujuan inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi masyarakat dan akan meningkatkan salah satu keunggulan kompetitif untuk kinerja pemasaran.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat, perusahaan juga berkomitmen untuk memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu strategi yang menguntungkan bagi perusahaan yang bekerja sama untuk meningkatkan efisiensi pasar dan benar-benar menerapkan strategi umum dalam aplikasi. Seluruh bagian organisasi, baik berupa sumber daya maupun aktivitas, dapat merepresentasikan keunggulan bersaing (Prakoso, 2005). Ketika industri dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan daripada pesaing, itu dapat mencapai keunggulan

kompetitif. Keunggulan kompetitif dapat berasal dari berbagai kegiatan industri, seperti desain, produksi, pemasaran, pasokan, dan dukungan untuk menciptakan kinerja perusahaan yang hemat biaya dan perbandingan dengan perusahaan lain (diferensiasi). (Narver dan Slater, 1990, Bharadwaj et.all, 1993).

Penelitian yang dilakukan oleh Suendro (2010) menemukan kalau inovasi mempengaruhi terhadap kenaikan kinerja pemasaran perusahaan yang berarti bahwa semakin baik inovasi produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan meningkatkan jumlah pelanggan ataupun menaikkan kinerja pemasaran. Penemuan ini dipertegas dengan kajian dari hartanti.et.all(2013) berkomentar jika untuk meningkatkan kinerja pemasaran dibentuk oleh inovasi produk. Konsekuensinya akan meningkatkan kinerja pemasaran berbentuk volume penjualan yang bertambah, jumlah pelanggan yang bertampan dan keahlian untuk menghasilkan laba kepada pemiliknnya.

Di Desa Purwosari Babadan Ponorogo, ada berbagai macam jenis usaha mikro yang sampai saat ini masih berjalan dan sudah memiliki nama tersendiri. Usaha yang berkembang di Desa Purwosari sudah mendapat izin jual dari pihak desa dan dinyatakan aman dikonsumsi. Usaha

yang berkembang antara lain: rangginang, prabrik kerupuk, pabrik sapu(kelut), jamur tiram, tempe basah dan kecambah. Dari berbagai jenis UMKM yang ada, kami mendapat arahan dan penjelasan mengenai UMKM yang perlu untuk dikembangkan dan diberikan inovasi yaitu UMKM rangginang.

Dari penjelasan dan arahan Bapak Kepala Desa Purwosari, kami memutuskan untuk melakukan KPM di UMKM rangginang. Rangginang adalah sebuah makanan atau jajanan yang terbuat dari bahan dasar ketan, biasanya berbentuk bulat dengan bentuk seperti mangkok. Usaha Rangginang yang dikelola Bu Yayuk terletak di Desa Purwosari Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo, usaha ini masih satu-satunya usaha rangginang di Desa Purwosari. Usaha rangginang ini sudah berdiri sejak 2015, rangginang bu Yayuk sempat menjadi icon desa dalam sebuah acara untuk menyambut Bapak Bupati Ponorogo. Dan nama rangginang bu Yayuk ini sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Desa Purwosari. Dari arahan Kepala Desa dengan alasan memilih UMKM ini karena masih dibidang minim produksi dan dengan kriteria produksi yang belum meluas.

Pesatnya persaingan dalam dunia bisnis membuat Bu Yayuk selaku pemilik usaha memutuskan untuk menjajal dan membuat rangginang dengan jumlah yang masih sedikit, dengan dibantu sang suami beliau membuat rangginang dan menitipkannya di toko sekitar rumahnya. Setelah usaha berjalan kurang lebih satu bulan, beliau memberanikan diri membuat dengan porsi yang lebih banyak dan menjajal menitipkan di toko yang lebih besar dan lebih jauh dari rumahnya. Dengan tekatnya, beliau bisa mengembangkan usaha ini bersama suami.

Pada awal pembuatan rangginang, beliau masih membuat dengan rasa yang biasa yaitu manis. Sampai sekarang Bu Yayuk masih belum berani membuat rasa yang lain karena takut tidak enak dan tidak laku. Dengan rasa manis, biasanya Bu Yayuk sekali produksi menggunakan ketan 3 kg dan gula merah 1 ons. Sekali produksi bisa menghasilkan lebih kurang 35 bungkus, yang setiap bungkusnya berisi 10 biji rangginang dikemas dengan plastic biasa. Dan biasanya Bu Yayuk melakukan produksi setiap satu minggu sekali.

Setelah melakukan survey mengenai usaha rangginang ini, problem atau masalah yang perlu dikembangkan dalam usaha ini adalah adanya inovasi pada rangginang. Yang sebelumnya

hanya menggunakan rasa manis, tidak ada salahnya memberikan inovasi rasa lain yaitu asin dan adanya toping pada rangginang manis dengan memberikan lelehan gula merah diatasnya. Diharapkan dengan adanya inovasi yang diterapkan dalam usaha ini bisa membantu perkembangan dan melesatnya penjualan rangginang asin dan adanya toping gula merah ini di pasaran.

### **Metode Pelaksanaan**

#### *Asset Based Community Development (ABCD)*

Pelatihan ini menggunakan pendekatan (ABCD) *Asset Based Community Development*, yang mengutamakan pemanfaatan asset dan potensi yang ada disekitar dan dimiliki oleh komunitas masyarakat-Masyarakat merupakan asset yang berharga bagi sebuah desa. Adanya pemuda merupakan generasi penerus untuk melanjutkan dan mengisi pembangunan yang berlangsung atau yang akan datang. Komunitas masyarakat dalam hal ini yaitu sebuah UMKM Desa, adapun UMKM di Desa Purwosari antara lain: rangginang, pabrik kerupuk, pabrik sapu(kelut), jamur tiram, tempe basah dan kecambah. Dalam kuliah pengabdian ini saya memfokuskan pada usaha rangginang yang hanya berdiri satu-satunya di Desa Purwosari Babadan Ponorogo. Usaha rangginang ini merupakan salah satu asset yang dimiliki desa, sebagai salah satu UMKM Desa, usaha ini sangat diakui di Desa dan sudah ada disetiap toko yang ada di Desa Purwosari.

Usaha rangginang di Desa Purwosari memiliki potensi yang bisa dikembangkan kembali. Salah satu potensinya adalah sudah terkenal dikalangan masyarakat Desa Purwosari, juga sudah menjadi iconnya desa. Dengan adanya potensi ini, usaha rangginang di Desa Purwosari sudah memiliki nama tersendiri baik di kalangan masyarakat maupun perangkat desa.

Berdasarkan pengamatan terhadap usaha tersebut, peneliti memutuskan untuk mendukung pengembangan usaha Rangginang dengan tetap mempertahankan potensi usaha dan memberikan tambahan inovasi bagi usaha agar lebih menarik dan pemasarannya lebih luas.

### **Teknik-teknik Pendampingan**

Metode dan alat untuk memobilisasi asset pemberdayaan masyarakat melalui *Asset Based Community Development (ABCD)*, antarlain:

a. *Discovery*(menemukan)

Proses menemukan kembali kesuksesan adalah melalui proses dialog atau wawancara, seharusnya penemuan kontribusi individu kepada orang tersebut. Pada fase penemuan, kami mengalihkan tanggung jawab untuk perubahan kepada mereka yang tertarik pada perubahan, yaitu unit lokal. Mewawancarai penanggung jawab Desa Purwosari untuk mengetahui aset Desa Purwosari dan perkembangannya. Selain kepala desa, wawancara dilakukan dengan masyarakat setempat untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman mereka tentang aset yang dioperasikan di desa Purwosari. Wawancara ini merupakan kelompok pengabdian masyarakat cerita langsung antara kepala desa dan masyarakat..

b. *Dream* (impian)

Saat ini, setiap orang memiliki harapan, impian atau visi untuk diri mereka sendiri dan usaha kecil, menengah dan mikro di desa. Setelah mewawancarai usaha kecil, menengah dan mikro, tim pengabdian masyarakat mulai memahami apa yang diharapkan oleh masyarakat desa Purwosari untuk mendukung pengembangan usaha di desa. Setelah memahami keinginan masyarakat, langkah selanjutnya adalah merancang acara untuk mewujudkan keinginan dan impian masyarakat

c. *Design* (Merancang)

Seluruh kelompok layanan berpartisipasi dalam proses pembelajaran tentang aset yang dipilih untuk menggunakannya. Proses perencanaan ini merupakan proses memahami aset-aset yang ada pada komunitas UMKM. Aset di wilayah desa Purwosari antara lain UKM rangginang, pabrik biskuit, pabrik sapu (kelut), jamur tiram, tempe basah dan tauge. Salah satu aset yang digunakan untuk mengembangkan UMKM pedesaan adalah Rangginang, yang nantinya akan mampu mewujudkan impian dan aspirasi masyarakat pedesaan Purwosari khususnya masyarakat UMKM.

d. *Define* (menentukan)

Dukung komunitas yang berpartisipasi dalam diskusi kelompok terfokus (FGD). Selama proses FGD, kelompok pengabdian dan masyarakat menentukan fokus diskusi. Pembahasan yang dibahas berfokus pada hal-hal yang positif. Jika disepakati akan diadakan diskusi antara kelompok pengabdian dan komunitas UMKM di desa Purwosari, maka proses REA dapat berjalan dengan lancar.

e. *Destiny* (Lakukan)

Serangkaian tindakan inspiratif untuk mendukung pembelajaran berkelanjutan dan inovasi tentang apa yang akan terjadi. Ini adalah tahap terakhir, dengan perhatian khusus pada cara individu dan organisasi bergerak maju. Langkah terakhir adalah melaksanakan kegiatan yang disepakati untuk mewujudkan impian warga akan manfaat kekayaan. Teori pada dasarnya adalah pedoman (guide) untuk melihat realitas sosial. Teori digunakan sebagai cara berpikir untuk memecahkan masalah yang ada di masyarakat. Kelompok masyarakat, Khususnya usaha kecil, menengah dan mikro yang ada di Desa Purwosari.

**Langkah-langkah Pendampingan:**

Tahap I:

Meneliti dan mengelola adegan dalam Appreciative Inquiry (AI) terkadang disebut sebagai "definisi." Dalam pengembangan masyarakat berbasis aset (ABCD), frase "pengamatan untuk tujuan tertentu atau pendidikan yang ditargetkan" kadang-kadang digunakan. Ini terutama terdiri dari 2 elemen kunci untuk memahami orang dan tempat yang mencoba untuk berubah, dan untuk menentukan fokus proyek. Ada 4 langkah khususnya pada tahap ini yaitu menentukan:

1. Tempat
2. Orang
3. Fokus Program
4. Informasi tentang latar belakang

Tahap 2: Menemukan Masa Lampau

Kebanyakan keyataan berbasis aset diawali dengan beberapa cara untuk mengatakan (*discovery*) hal-hal yang membolehkan sukses serta kelentingan di komunitas hingga pada keadaan saat ini ini." Kenyataan bahwa masyarakat Purwosari masih berperan hingga dikala ini meyakinkan bahwa ada suatu dalam masyarakat yang harus dirayakan. Tahap ini terdiri dari:

1. Mengungkapkan (*discovery*) sukses apa sumber hidup dalam komunitas. Apa yang memberikemampuan untuk tiba di titik dalam rangkaian perjalannya. Siapa yang melaukan lebih baik.
2. Menelaah sukses dan kekuatan elemen-elemen dan sifat khusus apa yang muncul dari telaah cerita cerita yang disampaikan oleh komunitas.

### Tahap 3: Memimpikan Masa Depan

Proses bermimpi tentang masa depan atau membayangkan adalah kekuatan positif yang sangat besar untuk perubahan. Tahap ini mendorong masyarakat untuk menggunakan imajinasi mereka untuk menciptakan gambaran positif tentang masa depan mereka. Proses ini meningkatkan energi untuk mencari tahu "apa yang mungkin"

### Tahap 4: Memetakan Aset

Tujuan pengelolaan aset adalah untuk memberi tahu masyarakat tentang keuntungan yang telah mereka miliki sebagai bagian dari tim, apa yang dapat mereka lakukan dengan baik sekarang, dan siapa di antara mereka yang memiliki keterampilan atau sumber daya alam di desa. Mereka kemudian dapat diundang untuk berbagi kekuatan mereka untuk kepentingan seluruh kelompok atau komunitas. "Pendistribusian dan pemilihan aset dilakukan dalam dua tahap":

1. Memetakan aset komunitas atau bakat, kompetensi dan sumberdaya sekarang.
2. Seleksi mana yang relevan dan berguna untuk mulai mencapai komunitas.

### Tahap 5: Menghubungkan dan menggerakkan Aset/Perencanaan aksi

Tujuan mengklasifikasikan dan memobilisasi aset adalah untuk membuka jalan bagi visi atau refleksi masa depan. Hasil dari tahapan ini harus berupa rencana kerja yang dapat segera dicoba dan rencana kerja yang dapat dicoba oleh pihak eksternal. Meskipun lembaga eksternal dan kemampuan dukungan mereka mencakup anggaran pemerintah dan sumber daya mobilisasi yang tersedia, tujuan utama dari fase ini adalah untuk membuat semua warga sadar bahwa mereka dapat mulai memandu proses dan pengembangan dengan memantau keterampilan yang ada dan yang tersimpan.

### Tahap 6: Pemantauan, pembelajaran dan evaluasi

Pendekatan berbasis pabrik memerlukan studi dasar untuk memantau kemajuan dan hasil kinerja. Namun, ketika rencana transformasi mengadopsi pendekatan berbasis aset, pertanyaannya bukanlah bagaimana mengisi gelas setengah kosong, tetapi bagaimana memobilisasi gelas setengah penuh. Pendekatan berbasis kekayaan menanyakan tentang keintiman anggota organisasi masyarakat dan bagaimana menemukan dan memobilisasi aset mereka secara efektif menuju tujuan bersama. Empat masalah pemantauan dan penilaian utama dalam pendekatan berbasis aset adalah:

1. Dapatkah masyarakat menghargai dan menggunakan model kehidupan sukses mereka di masa lalu?
2. Dapatkah masyarakat menemukan dan secara efektif memobilisasi sumber daya yang ada dan potensial (keterampilan, kemampuan, sistem operasi, dan sumber daya)?
3. Dapatkah komunitas mengartikulasikan dan berjuang untuk masa depan yang ideal atau citra kesuksesan?
4. Apakah kejelasan visi masyarakat dan penggunaan aset dengan tujuan tertentu mempengaruhi penggunaan sumber daya eksternal (pemerintah) yang benar dan tepat untuk mencapai tujuan bersama.

## Hasil dan Pembahasan

### Pelaksanaan Pengabdian

Langkah awal yang dilakukan oleh kelompok pengabdian, melakukan observasi di Desa Purwosari Babadan Ponorogo, dengan melihat kondisi riil UMKM di bawah naungan Kepala Desa. Dari data yang diperoleh dan dengan berbagai pertimbangan, maka kelompok pengabdian memutuskan skala prioritas yang merupakan aset utama UMKM Desa. Kelompok pengabdian memutuskan adanya pengembangan UMKM melalui tambahan inovasi rasa dan topping pada rengginang, dengan alasan agar meningkatkan nilai jual pada rengginang.

Kegiatan pengabdian ini terdiri dari tiga tahapan, yakni assessment, kegiatan inti pengembangan inovasi rasa dan topping, dan kegiatan evaluasi pasca kegiatan. Pada bab ini akan dideskripsikan kegiatan inti : Inovasi Produk Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Di Desa Purwosari.

Assessment lapangan dilakukan pada hari Selasa, 27 Juli 2021. Dari hasil assessment diperoleh gambaran informasi mengenai UMKM, lokasi pelaksanaan kegiatan, strategi dan uraian kegiatan yang akan dilaksanakan pada kegiatan pengembangan.

Selanjutnya dilakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM. Kelompok pengabdian juga berkonsultasi dengan pihak Desa untuk mengajukan permohonan perizinan pelaksanaan kegiatan di Desa tersebut.



Gambar 1. Sowan kepada Kepala Desa Purwosari sekaligus meminta izin pelaksanaan KPM

Pengembangan dilaksanakan kurang lebih selama satu minggu pada minggu ketiga pelaksanaan

Kuliah Pengabdian Masyarakat Sementara kelompok pengabdian sebagai fasilitator kegiatan tersebut. Kegiatan pengembangan dilakukan di UMKM rangginang yang dikelola Ibu Yayuk.

Acara pengembangan dimulai pada hari Senin, 19 Juli pada pukul 09.00 WIB dan berakhir pada hari Selasa-Sabtu, tanggal 27-31 Juli 2021. Kegiatan pengembangan diawali dengan melakukan sharing bisnis dengan pemilik UMKM. Setelah dilakukannya sharing bisnis, dilanjut dengan membantu dalam proses pembuatan awal rangginang.



Gambar 2. Proses membantu dalam awal pembuatan rangginang

### Hasil Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian dimulai sejak diterima usulan pengabdian kepada masyarakat. Desa Purwosari memiliki UMKM yang bergerak dalam bidang usaha pangan dimana masih minimnya inovasi yang diterapkan dalam usaha tersebut. Sehingga proses pemasaran dan penjualan produknya belum begitu pesat dan masih ada disekitar lingkungannya.

Tidak heran jika produk-produk tersebut belum mampu untuk menembus penjualan di pasaran. Berdasarkan hal tersebut maka dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui pengembangan UMKM guna meningkatkan daya jual pada produk usaha dengan memberikan inovasi pada rasa rangginang.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bekerja sama dengan toko setempat sekitar guna menitipkan rangginang yang dilaksanakan melalui tahap pertama yang dilaksanakan sebelum pengembangan yaitu membantu membuat rangginang dengan rasa awal atau sebelum diberi inovasi. Tahap kedua, memperkenalkan bagaimana inovasi yang akan dikembangkan pada rangginang, bahan yang digunakan dan prospek usaha yang sekiranya berkembang dengan adanya inovasi ini. Selanjutnya tahap ketiga, yaitu kegiatan pengembangan ini dilaksanakan di tempat pelaku UMKM rangginang di Desa Purwosari. Peserta kegiatan sendiri adalah pelaku UMKM yaitu Ibu Yayuk dan kelompok pengabdian masyarakat.

Proses pengembangan ini diawali dengan penyampaian materi mengenai inovasi baru pada produk. Proses pengembangan ini didalamnya terdapat penjelasan mengenai kualitas produk, kualitas produk ini salah satunya dapat ditentukan oleh adanya inovasi pada produk rangginang. Mengingat mengenai pentingnya adanya inovasi pada sebuah produk, khususnya pada produk makanan maka dalam pengembangan ini juga disampaikan prospek yang didapat dengan adanya pengembangan inovasi ini.

Pengembangan juga menyediakan bahan yang tepat dan inovatif sesuai dengan produk yang akan dikembangkan. Prakosa (2005) percaya bahwa inovasi adalah cara untuk lebih membangun dan mengembangkan organisasi, yang dapat dicapai dengan memperkenalkan teknologi baru, aplikasi baru dari produk dan bentuk layanan, membuka pasar baru, dan memperkenalkan bentuk organisasi baru. Secara tradisional, istilah inovasi telah didefinisikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk baru: banyak produk baru yang tampaknya merupakan ide yang sangat bagus tidak menguntungkan di pasar. Menurut Kolter (1987), ada beberapa cara untuk membuat produk inovatif, yaitu dengan:

- a. Mengembangkan atribut produk baru
  - 1.) Adaptasi (Gagasan lain atau pengembangan produk)
  - 2.) Modifikasi (mengubah warna, gerakan, suara, bau, bentuk dan rupa)
  - 3.) Memperbesar ( lebih kuat, lebih panjang, dan lebih besar)
  - 4.) Memperkecil ( lebih ramping, lebih ringan, dan lebih kecil)
  - 5.) Substitusi (bahan lain, proses, dan sumber tenaga)
  - 6.) Penataan kembali(pola lain, tata letak lain, dan komponen)
  - 7.) Kombinasi (mencampur, meramu, asortasi, rakitan, unit gabungan, kegunaan, daya pikat, dan gagasan)
  - 8.) Membalik (luar menjadi dalam)

b. Mengembangkan beragam tingkat mutu

c. Mengembangkan model dan ukuran produk

Ada banyak penyebab kegagalan produk Inovasi. Kegagalan memberikan desain yang unik atau salah merepresentasikan pesaing adalah kesalahan umum.

Jenis Inovasi Implementasi inovasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu inovasi inkremental dan inovasi radikal (Ellitan dan Anatan, 2009:38).

- a. Inovasi *incremental* menandai produsen adaptif, yang monopoli sementara inovatornya adalah melalui inovasi berkelanjutan.
- b. Inovasi radikal, pengembangan lini produksi baru berdasarkan ide atau teknologi baru atau pengurangan biaya secara signifikan, yang mengubah "ekonomi perusahaan" dan membutuhkan keterampilan pengembangan. Inovasi radikal itu radikal, kreatif dan universal. Perusahaan yang menerapkan inovasi ini perlu perencanaan dan kerja keras, karena perusahaan menghadapi biaya tinggi dan risiko kegagalan produk, tetapi jika produk berhasil, perusahaan akan mendapatkan pengembalian yang kaya dan kinerja yang baik. Dimensi Innova
- c. Dimensi inovasi merupakan konsep multi dimensi, tersusun dari empat dimensi (Ellitan dan Anatan, 2009: 37). Berikut masing-masing dimensi inovasi.
  - 1.) Dimensi pertama yaitu Orientasi kepemimpinan menunjukkan posisi perusahaan di pasaran, apakah perusahaan bisnis seperti Firtshemarket, perusahaan sebagai pemain Titortathemarket kedua.

- 2.) Dimensi kedua yaitu Jenis inovasi ini merupakan kombinasi dari inovasi manufaktur, yaitu proses yang diterapkan oleh perusahaan dan produk yang diproduksi
- 3.) Dimensi ketiga yaitu Sumber penelitian ini menggambarkan pelaksanaan kegiatan inovasi, terlepas dari apakah konsep inovasi itu internal, eksternal, atau keduanya. Sumber inovasi internal mengacu pada inovasi yang dipercayakan perusahaan, sedangkan sumber inovasi eksternal mengacu pada inovasi perusahaan melalui pembelian, kesepakatan, akuisisi perusahaan lain, atau kerjasama dengan pemasok, pelanggan, atau perusahaan lain.
- 4.) Dimensi keempat yaitu Tingkat inovasi termasuk investasi keuangan dan teknologi serta investasi modal manusia. Investasi keuangan termasuk pengeluaran untuk proyek penelitian untuk pengembangan produk dan pembelian produk inovatif yang dikembangkan di tempat lain.

Sebaliknya, Fontana memiliki empat metrik utama inovasi perusahaan, yaitu "what" (apa yang ditawarkan?), "Who" (Siapa konsumennya?), "How" (bagaimana menghadapinya?) dan "What?" di mana". (Empat dimensi tempat menyediakan kerangka kerja dan radar untuk inovasi bisnis, yaitu sumbu "apa", sumbu "siapa", sumbu "bagaimana", dan sumbu "di mana" dari dua belas radar inovasi bisnis suatu organisasi. seperti yang menyediakan Dan radar yang memantau petunjuk, radar inovasi komersial memberikan petunjuk tentang model atau jenis inovasi apa yang harus dicoba, atau apa yang harus dilakukan orang, organisasi, dan komunitas.

#### **Jalannya Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan dievaluasi untuk mengetahui seberapa keberhasilan dari kegiatan kuliah pengabdian masyarakat ini. Keberhasilan kegiatan ini dapat diukur dari berhasilnya inovasi yang dikembangkan dalam produk rangginang, dan berhasilnya dapat diukur dari prospek penjualan yang meningkat dan bertambahnya pesanan. Dengan inovasi yang dituangkan dalam produksi ini, peningkatan dalam penjualan di pasaran menjadikan usaha ini berhasil meningkat dan berkembang.

Hasil evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa secara umum UMKM di Desa Purwosari khususnya usaha rangginang terhadap pengembangan yang diberikan oleh kelompok pengabdian dari pengenalan hingga mempraktikkan inovasi yang akan dituangkan sudah berhasil dan akan menjadi inovasi baru untuk usaha ini.

### **Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan**

Berdasarkan evaluasi pelaksanaan dan hasil kegiatan dapat diidentifikasi factor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan program pengabdian kepada pelaku UMKM. Secara garis besar factor pendukung dan penghambat adalah:

1. Faktor pendukung
  - a. Dukungan dari Pihak Desa dan perizinan dari Bapak Kepala Desa Purwosari
  - b. Adanya antusiasme dari pelaku UMKM Desa Purwosari
  - c. Asset yang dimiliki Desa Purwosari
  - d. Toko sekitar yang mau menerima rangginang dengan inovasi baru
2. Faktor penghambat
  - a. Kendala akan tidak adanya dana dari pihak kampus untuk pelaksanaan kegiatan sehingga minimnya kegiatan yang bisa dilakukan dengan keterbatasan biaya dari iuran kelompok
  - b. Proses pembuatan yang memerlukan waktu lama dan harus diawali di pagi hari
  - c. Tidak adanya pesanan rangginang via online.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka dapat diperoleh kesimpulan, antara lain: kegiatan pengabdian dengan adanya inovasi yang dikembangkan pada produk rangginang bisa meningkatkan penjualan pada produk. Peningkatan pengetahuan dan pengalaman dari pemilik usaha akan pentingnya inovasi untuk meningkatkan daya saing dan penjualan pada sebuah produk. Dengan adanya pengabdian ini bisa membantu sebuah usaha untuk lebih berkembang dan meringkankan pemilik usaha, pasalnya dalam tempat pengabdian yang dipilih tidak memiliki karyawan melainkan hanya anggota keluarganya saja. Pelaksanaa kegiatan pengabdian dikatakan berhasil karena dapat dilihat dari pemahaman dan terlaksananya

inovasi yang dituangkan dan dikembangkan dalam produk rangginang ini. Tanpa adanya inovasi yang di tuangkan untuk membantu pengembangan usaha, usaha ini belum tentu akan mengalami pemesatan dalam penjualan.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih disampaikan kepada Kepala Desa Purwosari yang telah memberi izin untuk melaksanakan KPM-DDR 2021 IAIN Ponorogo di Desa Purwosari. Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada pemilik UMKM "Rangginang Bu Yayuk" yang sudah memberikan izin dan berkenan dilaksanakan KPM ini. Kepada pihak Madrasah Diniyah Al-Amin, UMKM tahu dan bibit tanaman yang sudah memberikan izin untuk melakukan kunjungan.

### **Daftar Pustaka**

- Nadir Salahuddin, Panduan KKN ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya
- Peter Drucker, 2002, *Manajemen Inovasi*. Jakarta: PT. Gramedia Ikatan
- Philip Kolter, 1987, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Indonesia. Erlangga, Jakarta
- Lena Ellitan Dan Lina Anatan, *Manajemen Inovasi*. Bandung 2009, Alfabeta
- Avanti Fontana, *Inovate We Can!*. Jakarta: PT. Gramedia
- Wahyono, *Orientasi Pasar Dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran. (Study Kasus Pada Industry Meubel Di Kabupaten Jepara)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol.1 No.1
- Prakoso, "Pengaruh Invasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industry Manufaktur Di Semarang)", Journal Studi Manajemen & Organisasi, Vol.2 No.1 2005
- Slater dan Narver, "The Effect of Market Orientation on Bussines Profitability", Journal of Marketing
- Christopher Dureaun, *Pembaru dan kekuatan local untuk pembangunan*, Australian Community Drvekopment and Civil Society Strengthening Scheme (ACCESS) Tahap II, (Agustus 2013)
- Wawancara dengan Ibu Yayuk, Pemilik Usaha Rangginang di Desa Purwosari