

ABSTRAK

Pengembangan Digitalisasi Inovasi Produk UMKM Rinjing Dalam Meningkatkan Penjualan Di Desa Dimoro

Winarsih¹, Arnia Wijias Wati²

Background: The development of Small and Medium Enterprises (SMEs) is very rapid in increasing product innovation of woven bamboo rinjing in the village of Kuta, Dimoro as a support for the household income of the local community by utilizing bamboo raw materials which are widely used to make woven bamboo handicraft businesses by woven one by one by forming a circle pattern. Micro, Small and Medium Enterprises is a business unit that plays an important role in economic growth and development as well as the welfare of the Indonesian people. UMKM in Dimoro village in this study also face many obstacles or problems that require various critical solutions to get out of the problems they are facing, although some can run quite smoothly. Rinjing is an item that meets the needs of household appliances, especially in the kitchen.

Purpose: this research aims to develop and preserve the woven bamboo rinjing product business in improving product marketing by developing product innovation in community creativity, so that business networks can develop rapidly.

Method: This study used a qualitative method which was carried out through observation and interviews with the object directly, namely the business owner of woven bamboo rinjing in the village of Dimoro. This method aims to obtain more complete information about the development of woven bamboo rinjing products in terms of innovation, marketing and business networks that can increase the income of the local community. **Conclusion:** From the results of observations and interviews conducted, it can be concluded that in business it is also required to innovate, this is done to adapt to increasingly modern developments supported by increasingly advanced levels of technological development so that UMKM must also be creative and innovative in creating product innovation so that the product has an appeal to consumers, so that the product influences the buyer's decision.

Suggestion: In this research there is still a lack of innovation in products so that sales are still not optimal and the marketing strategy still needs to be improved by utilizing technology and the need for an extensive network to introduce these products so that they are known to the wider community and to preserve cultural heritage to continue to be preserved as local wisdom. There are still many limitations in this study to be developed in further research.

Keywords: digitization, innovation, sales, UMKM rinjing

Authors

- 1) Dosen Universitas An Nuur
winarsih.winarwiwin@gmail.com
- 2) Mahasiswa Universitas An Nuur
Arnia019@gmail.com

doi: -

Correspondence to:

Name: Winarsih
Institusi: Universitas An Nuur
Address: Jl. Gajahmada No.7 Purwodadi,
Grobogan, Jawa Tengah
Email: winarsih.winarwiwin@gmail.com
Phone: 081227717244

Published Online on

This online publication has been corrected

PENDAHULUAN

UMKM perlu meningkatkan kemampuan pemasaran agar mampu bersaing dengan UMKM lainnya dengan meningkatkan kemampuan digital marketing atau sosial media marketing (Widia, 2021). Guna meningkatkan keunggulan bersaing, maka UMKM perlu meningkatkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi pemasaran yang lagi berkembang saat ini, seperti kemampuan dalam bermedia sosial atau digital marketing. Fungsi Pemasaran media sosial saat ini sudah bergeser, dari fungsi untuk komunikasi antar individu beralih fungsi menjadi bagian penting dalam pemasaran, khususnya pemasaran online maupun digital marketing. Saat ini tanpa meningkatkan kemampuan dalam pemasaran online atau digital marketing, maka daya saing UMKM akan ketinggalan (Hidayati et al., 2020)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perekonomian Indonesia memegang peranan penting dalam pembangunan suatu negara. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang berperan penting dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi serta kesejahteraan rakyat Indonesia (Akim et al., 2018). UMKM juga merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia, khususnya masyarakat kelas menengah ke bawah. UMKM memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah mengatasi kemiskinan dan pengangguran, karena UMKM dapat menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran karena tidak terserapnya tenaga kerja di dunia kerja (Safitri, 2020).

Dimoro adalah salah satu desa sentra industri rumahan yang juga mempunyai banyak unit UMKM, ada beberapa UMKM antara lain: industri kok (bulu kok), industri daster, industri krupuk kedelai, industri makanan roti. UMKM di desa Dimoro dalam peneliti ini, juga banyak menghadapi kendala atau masalah yang membutuhkan berbagai solusi kritis untuk keluar dari permasalahan yang dihadapi, meski ada juga yang bisa berjalan agak lancar. UMKM ini merupakan gabungan dari kampung KB Barista Desa Dimoro, Kecamatan Toroh, Kabupaten Grobogan. Industri ini terdapat di dusun Kutho Rt 07/ Rw 07 Desa Dimoro. Industri ini berdiri pada tahun 2017 dan masih beroperasi sampai sekarang ini.

Pembuatan rinjing atau tempat produksi rinjing yang dikerjakan secara home made atau buatan pengrajin yang dikerjakan oleh ibu-ibu rumahan untuk mengisi waktu senggang dan sebagai aktivitas untuk menambah penghasilan warga sekitar, maka hal tersebut dimanfaatkan sebagai tempat produksi apabila ada pembeli ingin membeli bisa langsung ke tempatnya atau bisa memesan melalui online dengan whatsapp yang bisa memesan sesuai dengan keinginan pembeli apabila ingin memesan secara custom atau dengan menambahkan model atau ukuran

yang bisa dimodifikasi oleh pengrajin sebagai inovasi baru untuk berkreasi agar tidak monoton atau terlalu biasa sehingga pembeli bisa memesan sesuai dengan kebutuhannya.

Rinjing adalah sebuah kreatifitas yang terbuat dari anyaman belahan batang pohon bambu yang di belah yang berbentuk bundar seperti lingkaran berdiameter antara 65-80 cm. Rinjing banyak digunakan masyarakat setempat untuk menyimpan dan menaruh hasil bumi. Permasalahan yang dihadapi dari UMKM ini adalah kurangnya kreatifitas dan inovasi produk rinijing baik dari pengembangan digitaslisasi pemasaran yang berbasis sosial media untuk inovasi produk dalam meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan daya saing UMKM rinjing di desa Dimoro, agar pelaku usaha kecil mikro dan menengah dalam area industri rumah tangga yang telah banyak dan berkembang khususnya di lingkungan desa Dimoro Kecamatan Toroh bisa produksi secara banyak hingga bisa memasarkannya hingga seluruh Kecamatan yang ada di Jawa Tengah.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, suatu metode untuk meneliti keadaan saat ini dari suatu kelompok manusia, subjek, seperangkat kondisi, suatu sistem pemikiran, atau suatu kelas peristiwa. Tujuan dari penelitian deskriptif tersebut adalah untuk membuat gambaran, gambaran atau gambaran yang sistematis tentang hubungan antara fenomena yang diteliti. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumen. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data interaktif yang meliputi beberapa langkah analisis, antara lain pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data, hingga diperoleh kesimpulan atau temuan yang diperoleh divalidasi.

HASIL

Dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi telah diperoleh hasil sebagai berikut, dimana informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha UMKM rinjing di desa Dimoro:

Tabel 1. Hasil Observasi dan Wawancara

No.	Item Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pengembangan digitalisasi pemasaran berbasis social media UMKM rinjing desa Dimoro?	Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan UMKM rinjing di Dimoro yang dihasilkan oleh para penganyam masih terlihat sederhana dan masih bersifat tradisional karena mereka menggunakan peralatan seadanya dan bersifat handmade. Dalam proses pengembangan digitalisasi pemasaran berbasis social media menggunakan whatsapp dalam pemesanan produk

		rinjing untuk mempermudah komunikasi saat pembelian dan bisa mempermudah pengiriman barang ke pembeli.
2	Inovasi apa yang digunakan dalam meningkatkan volume penjualan rinjing UMKM di desa Dimoro?	Inovasi sangat diperlukan dalam hal kemajuan usaha UMKM untuk meningkatkan volume penjualan rinjing di desa Dimoro, inovasi ini diperlukan untuk mengoptimalkan berbagai potensi yang dimiliki dan menjadi sumber baru. Inovasi yang dilakukan langsung dari tempat produksi, konsumen dengan mudah melihat proses pembuatan serta mengetahui bentuk dan model secara langsung, atau bisa melalui via online whatsapp untuk merubah model atau bentuk produk serta menentukan harga dari produk yang diinginkan berdasarkan tingkat kerumitan yang dihasilkan, atau bisa disebut dengan pemesanan custom pembeli yang sesuai diinginkannya sesuai dengan keinginan pembeli. Pembuat atau pengrajin harus selalu mengikuti tren untuk selalu berinovasi produk rinjing agar terus eksis dan trending. Sehingga bisa meningkatkan volume penjualan rinjing agar terus meningkat dan selalu produksi lebih banyak.
3.	Bagaimana cara meningkatkan daya saing dalam UMKM rinjing di desa Dimoro?	Dalam meningkatkan daya saing yaitu melalui produktivitas dan inovasi produk rinjing dengan adanya memberikan inovasi seperti dibuat dengan memakai pewarna pada rinjingnya atau diberi hiasan gambar bunga atau daun untuk menambah nilai jual dan sebagai pembeda dari rinjing lainnya agar mengikuti tren dan tidak ketinggalan zaman. Menjalankan dengan pemasaran digital atau online melalui whatsapp yang bisa memposting semua produk rinjing dengan semua ukuran dan model sesuai dengan harga.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi, yang dihasilkan oleh para penganyam masih terlihat sederhana dan masih bersifat tradisional karena mereka menggunakan peralatan seadanya dan bersifat handmade. Keberagaman produk anyaman yang dihasilkan serta motif dari anyaman tersebut menjadikan harga produk pun bervariasi dan mengikuti kerumitan yang dihasilkan oleh para penganya, kemudian beberapa produk untuk momen - momen tertentu dan memiliki makna bagi masyarakat setempat. Inovasi diperlukan untuk kemajuan usaha UMKM untuk meningkatkan

pembangunan nasional, inovasi diperlukan untuk mengoptimalkan berbagai potensi yang dimiliki dan menjadi sumber baru. Selain itu suatu usaha juga dituntut untuk melakukan inovasi hal ini dilakukan untuk menyesuaikan perkembangan zaman yang semakin modern yang didukung dengan tingkat perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga para pelaku UMKM juga harus kreatif dan inovatif dalam menciptakan inovasi produk sehingga produk mempunyai daya tarik bagi konsumen, dengan begitu produk tersebut berpengaruh pada keputusan pembeli. Inovasi dalam suatu usaha menyangkut inovasi yang tinggi baik dalam inovasi proses produk maupun inovasi produk, dimana kemampuan suatu usaha dalam menciptakan produk berkualitas.

KESIMPULAN

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan dapat disimpulkan memperbaiki dan mengoptimalkan inovasi produk dengan mengaplikasikan strategi pemasaran di UMKM produksi anyaman bambu (rinjing) di Desa Dimoro Kec, Toroh, sehingga bisa meningkatkan penjualan dan menambah pendapatan dari usaha tersebut,serta memperluas jaringan usaha dalam produksi dan pemasaran anyaman bambu rinjing.

SARAN

Masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini dan perlu dikembangkan lagi untuk agenda penelitian selanjutnya. Cakupan penelitian ini masih kecil dan dalam cakupan yang kurang luas karena hanya digerakkan di satu tempat, sehingga penelitian selanjutnya dapat dikembangkan melalui penambahan variabel dan jumlah objek yang akan diteliti. Selain itu penulis juga berencana untuk memvalidasi pengukuran kedua konsep tersebut dan menguji model yang diusulkan dengan metode kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajar, M.N. 2013. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing KUMKM. Materi Workshop Microsoft Tech Days. Jakarta.
- V. Parida, "Digitalization," in Addressing Societal Challenges, Luleå, Grafisk produktion LTU, 2018, pp. 23-38.
- Irfan Nurfalih, Aam Slamet Rusydiana. Digitalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif: Kerangka Maqashid Syaria.Jakarta: PT. Bank BNI Syariah, Jakarta, Indonesia. Vol. 11, No. (Mei 2019). Hal. 55 – 76
- Erwin Raza, La Ode Sabaruddin. Manfaat dan Dampak Digitalisasi Logistik di Era Industri 4.0. Vol 4, No.1, April 2020, pp. 49-6
- Virgia Aida Handini, Wahyuni Choiriyat. Digitalisasi Umkm Sebagai Hasil Inovasi Dalam

Komunikasi Pemasaran Sahabat Umkm Selama Pandemi Covid-19

- Nurhayati Siti, Ardianingsih Arum. Analisis Digitalisasi Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Pekalongan. Volume 24. Nomor 01. Maret 2021
- Alfin Achmad.Surabaya. Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. Vol.1 No.8 Januari 2021
- Rangga Agus Wijaya, Nafia Ilhama Qurratu'aini, Bella Paramastri. Pentingnya Pengelolaan Inovasi Dalam Era Persaingan. Vol. 5 No.2 Desember 2019 Hal. 217 – 227.
- Gildner, G. (2012). Pro bono. Confrontation, (112), 53–77.
- MALIHAN, N., & ACHIRIA, S. (2019). PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PEMBERDAYAAN INDUSTRI KERAJINAN BAMBU. *Maqdis : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 69.
- Marpaung, A. P., Hafiz, M. S., Koto, M., & Dari, W. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300.
- Putu Pranjani Mahantari, & Ni Luh Sri Kasih. (2021). Upaya Peningkatan Pendapatan Melalui Orientasi Kewirausahaan Pada Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Desa Tigawasa. *ARTHA SATYA DHARMA*, 14(1), 104–113.
- Rimawan, M., Ernawati, S., & Fatir, M. (2022). Membangkitkan UMKM Kerupuk Singkong Desa Tonggorisa di Masa Pandemi Covid19 Melalui Sosialisasi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan, 01(3), 177–182.
- Vuspitasari, B. K., Siahaan, S. V. B. (2022). Hambatan Kearifan Lokal Anyaman Bambu Sebagai Potensi Ekonomi Kreatif Bagi Perempuan Di Desa Suka Maju. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2).
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, targeting, positioning. *Agora*, 5(1), 20–28.