



**LAPORAN PENELITIAN**

**JUDUL:**

**IMPLEMENTATION OF THE SCAMPER TECHNIQUE TO CREATE  
INNOVATION AND INCREASE THE BUSINESS COMPETITIVENESS  
OF ARDIAN COLLECTIONS MSME'S**

**Oleh:**

Vinna Ardian Sari	(2112010431)
Basthoumi Muslih, M.M	(0701018607)
Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M	(0720108202)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
JUNI 2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Implementasi Teknik SCAMPER Untuk Menciptakan Inovasi dan Menambah Daya Saing Bisnis UMKM Ardian Collections
2. Ketua
  - a. Nama Lengkap : Vinna Ardian Sari
  - b. NPM : 2112010431
  - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
  - d. Alamat Rumah : Jl. Dr Saharjo Gg 4C No. 7A, Kel. Campurejo Kec. Mojoroto Kota Kediri
  - e. Telp./HP : 0819 3705 3571
  - f. Email : ardianvinna45@gmail.com
3. Jangka waktu penelitian : 4 bulan
4. Pembiayaan :
  - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
  - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
  - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,  
Kaprodi Manajemen



Kediri, 17 Juni 2025  
Ketua,

Vinna Ardian Sari  
NPM. 2112010431

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini yang berjudul "Implementasi Teknik SCAMPER Untuk Menciptakan Inovasi dan Menambah Daya Saing Bisnis UMKM Ardian Collections " sebagai salah satu syarat untuk gelar Sarjana Manajemen pada prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

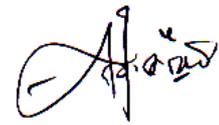
Laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri Dr. Zainal Afandi, M.Pd yang selalu memberikan dorongan dan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Dr. Amin Tohari, M.Si.
3. Kaprodi Manajemen, Restin Meilina, M.M.
4. Pembimbing I dan Pembimbing II , Bapak Basthoumi Muslih, M.M dan Bapak Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M, Yang senantiasa meluangkan waktu lebih serta sabar dalam menghadapi saya sampai laporan ini selesai.
5. Kedua orang tua dan keluarga, yang selalu memberikan dukungan moral, doa, dan semangat yang tak henti-hentinya.
6. Ibu Indiyah Efiriati, selaku pemilik UMKM Ardian Collections yang telah memberikan kesempatan dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
7. Kepada NRP.31160189730197 yang sudah menemani saya dan memberikan semangat pada proses penyusunan laporan.
8. Teman-teman dan semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Kediri, 14 Maret 2025

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Vinna Ardian Sari', written in a cursive style.

( Vinna Ardian Sari )

## **RINGKASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan proses penciptaan inovasi produk di Ardian Collections dalam mengembangkan produk mahar dan hantaran dengan melihat metode SCAMPER, sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnis yang berkelanjutan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menerapkan teknik pemilihan informan 5R (*Relevance, Representative, Reliable, Realistic, Robust*). Informan dari penelitian ini berjumlah 3 orang informan, yaitu 1 orang pemilik usaha dan 2 orang konsumen Ardian Collections. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ardian Collections telah menerapkan elemen SCAMPER seperti *Combine, Modify, dan Put to Another Use* dalam proses inovasi produknya. Namun, elemen lainnya seperti *Substitute, Adapt, Eliminate, dan Reverse* belum dimanfaatkan secara maksimal, dikarenakan kendala penciptaan inovasi dari pemilik usaha dimana pemilik masih ragu-ragu untuk mengeksplor sesuatu yang baru. Pada penelitian sebelumnya belum banyak yang menerapkan teknik inovasi SCAMPER pada sektor UMKM di bidang kerajinan tangan. Ardian Collections dapat memaksimalkan elemen SCAMPER yang belum diterapkan dalam penelitian ini, yaitu *Substitute, Adapt, Eliminate, dan Reverse*. Keterbatasan penelitian terletak pada fokusnya yang hanya pada satu UMKM di Kota Kediri, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasikan secara menyeluruh.

***Kata Kunci : UMKM, SCAMPER, Inovasi Produk, Daya Saing***

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
RINGKASAN.....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	5
BAB II.....	6
KAJIAN TEORI.....	6
A. Inovasi .....	6
B. UMKM (Usaha Mikro,Kecil, Menengah) .....	9
C. SCAMPER .....	10
BAB III.....	13
METODE PENELITIAN .....	13
A. Deskripsi Metode Penelitian .....	13
B. Rincian Proses Pengumpulan Data .....	13
D. Instrumen Penelitian.....	14
E. Prosedur Analisis Data .....	18
BAB IV .....	20
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	20
A. Hasil Penelitian .....	20
B. Karakteristik Informan .....	20
C. Pembahasan .....	26
BAB V.....	29
KESIMPULAN DAN SARAN .....	29
A. Kesimpulan .....	29
B. Saran.....	29
DAFTAR PUSTAKA .....	31
LAMPIRAN .....	36

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Kisi- kisi wawancara dengan pemilik Ardian Collections .....	15
Tabel 3.2 Kisi-kisi wawancara dengan konsumen Ardian Collections .....	17
Tabel 4.1 Wawancara Pemilik Ardian Collections.....	21
Tabel 4.2 Wawancara Konsumen Ardian Collections .....	23
Tabel 4.3 Rekomendasi elemen SCAMPER .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian .....	37
Lampiran 2: Surat Balasan/Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	38
Lampiran 3: Informant Consent .....	39
Lampiran 4: Instrumen Penelitian .....	47
Lampiran 5: Tabulasi Angket/Transkripsi Wawancara .....	51
Lampiran 6: Dokumentasi.....	58
Lampiran 7: Artikel Yang Dipublikasikan.....	60

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian di Indonesia. Menurut data terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 akan mencapai lebih dari 65 juta unit. UMKM ini tersebar di berbagai sektor, termasuk kuliner, fashion, kerajinan tangan, dan teknologi digital (Waluyo, 2024). Pesatnya perkembangan ekonomi berdampak pada bisnis dari seluruh lapisan masyarakat. Tidak hanya di kota-kota besar, masyarakat di pedesaan juga dipaksa untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya di tengah gempuran persaingan pasar yang menuntut kreativitas (Muslih et al., 2019).

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat karena dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada pegiat bisnis UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur ekonomi nasional (Fauziyah, 2022). Meskipun UMKM sering beroperasi dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan berubah dengan cepat, hal ini memungkinkan UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar. Hal ini memberikan kesempatan kepada UMKM untuk memenuhi permintaan konsumen tertentu, terutama di pasar lokal.

Globalisasi juga membawa dampak pada semakin ketatnya persaingan bisnis, sehingga setiap pelaku usaha harus mampu menarik minat konsumen untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan (Dandi et al., 2024). Selain itu, pertumbuhan UMKM dan permintaan pasar yang beragam, membuat pelaku usaha juga menghadapi berbagai tantangan yang mengharuskan mereka untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Perubahan pola konsumsi masyarakat, persaingan yang semakin ketat dengan bisnis skala besar, serta perkembangan teknologi yang terus berkembang menuntut UMKM untuk lebih kreatif dan fleksibel dalam menjalankan usaha mereka. Selain itu, keterbatasan modal,

kurangnya keterampilan dalam manajemen bisnis, serta akses terhadap teknologi digital yang masih terbatas menjadi kendala yang sering dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan potensi usahanya.

Salah satunya yaitu permintaan konsumen yang selalu berubah. Hal ini justru harus memotivasi pelaku UMKM untuk melakukan inovasi. Tanpa disadari, setiap aktivitas dan kegiatan individu pasti dilatarbelakangi oleh timbulnya suatu motivasi (Muslih, 2020). Perubahan - perubahan inovasi yang diharapkan tidak dapat dapat langsung terwujud karena diperlukan upaya yang berkelanjutan untuk menghasilkan inovasi yang berkualitas (Anas et al., 2023). Oleh karena itu, Inovasi dalam produk ini dapat dikatakan sebagai upaya untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang ada agar memiliki nilai tambah (Yuliani et al., 2024).

Inovasi produk pada UMKM juga memungkinkan mereka untuk menonjol di tengah persaingan yang ketat, terutama dengan banyak produk dan kegunaan yang sama. Hal ini dapat menjadi point penting bagi suatu UMKM karena dengan menawarkan sesuatu yang berbeda dari pesaing ada kemungkinan lebih besar untuk menarik pelanggan, sehingga inovasi produk juga bisa memberikan dan meningkatkan pemahaman konsumen tentang nilai produk yang pada akhirnya menghasilkan loyalitas pelanggan dan pembelian produk berulang (Kotler & Keller, 2016 hl.175-176).

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru yang dilakukan organisasi bisnis, baik itu dari produk yang sudah ada maupun yang belum ada. Inovasi dalam dunia bisnis tentu saja sangat penting, karena dapat menciptakan sesuatu yang baru dari sebuah produk, baik itu dari tampilan, sistem maupun prosesnya dan tentunya kebutuhan dan selera konsumen akan suatu barang atau jasa selalu berubah mengikuti perkembangan (Ramadhani et al., 2022). Inovasi produk bisa dikatakan juga sebuah ide, konsep, atau praktik baru yang diterima dan digunakan oleh individu atau kelompok, dengan tujuan menciptakan produk baru yang bermanfaat bagi diri sendiri dan lingkungan (Sonata et al., 2023). Inovasi juga tidak hanya memungkinkan UMKM untuk tetap kompetitif dalam

persaingan yang ketat, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi pasar. Dalam hal ini, UMKM sangat dibutuhkan pada sektor kerajinan yaitu UMKM Ardian Collections.

UMKM Ardian Collections merupakan salah satu UMKM di Kota Kediri yang bergerak di bidang kerajinan tangan, khususnya memproduksi berbagai produk mahar dan hantaran . Namun, UMKM ini masih menghadapi keterbatasan sumber daya dan ide yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi (Putri & Widadi, 2024), yakni terkait dengan minimnya inovasi produk dan perbedaan preferensi konsumen. Persaingan usaha yang semakin ketat ini akan berdampak bagi suatu usaha, untuk itu pengusaha harus mencari strategi tepat untuk menjaga kelangsungan bisnis (Mukmin & Bhirawa, 2021). Permasalahan ini berdampak langsung pada daya saing UMKM Ardian Collections karena pelanggan dapat beralih ke bisnis lain yang mampu memenuhi harapan mereka akan produk yang unik dan lebih tren. Hal ini juga dapat mempengaruhi akan tingkat kepuasan konsumen dengan produk yang di hasilkan (Sabilla & Muslih, 2022). Oleh karena itu, ini menunjukkan bahwa penting untuk mengembangkan inovasi baru agar dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha produk mahar dan hantaran agar lebih bersaing di pasar yang kompetitif.

Untuk itu, selain inovasi yang beragam UMKM juga harus bisa meningkatkan produk dan daya saing bisnis. Daya saing bisnis yang dimaksudkan adalah daya saing yang kuat dan tidak hanya ditentukan oleh harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi, serta kemampuan dalam membaca perubahan tren pasar. Peningkatan daya saing pada UMKM harus secara bertahap artinya peningkatan daya saing dimulai dengan upaya memenangkan persaingan pada tingkat lokal dengan kemampuan yang kompetitif, manajemen yang tepat, teknologi tepat guna, dan inovasi yang berkesinambungan (Irawan, 2020).

Salah satu metode yang tepat untuk mengembangkan inovasi agar dapat berdaya saing adalah dengan menggunakan metode SCAMPER. Metode SCAMPER adalah pendekatan kreatif yang digunakan untuk merancang ide-

ide inovatif, terutama dalam pengembangan produk. Metode ini dapat menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan UMKM, membantu mereka dalam memecahkan masalah, dan melatih individu untuk menghasilkan solusi kreatif dalam kehidupan mereka (Marlinton & Muslih, 2023). Metode ini terdiri dari tujuh langkah, yaitu *Substitute* yaitu mengganti bagian-bagian tertentu dari material atau proses dengan cara alternatif yang dapat meningkatkan produk atau proses, *Combine* yang menggabungkan dua atau lebih untuk menciptakan sesuatu yang baru, *Adapt* yaitu mengadaptasi produk atau ide, *Modify* yaitu mengubah atau menyesuaikan aspek produk, *Put To Another Use* yaitu dengan menggunakan produk atau ide yang sama dengan tujuan penggunaan semula, *Eliminate* yaitu menghilangkan elemen atau fitur yang dianggap tidak perlu, dan Membalikkan, dan *Reverse* (menyusun ulang) yaitu mengatur atau mengubah urutan elemen untuk meningkatkan fungsi atau nilai tambah.

Teknik SCAMPER merupakan teknik baru yang digunakan dalam penelitian di sektor UMKM. Teknik SCAMPER dalam pengembangan ide dan konsep desain telah terbukti efektif. Teknik ini telah berhasil memanfaatkan inovasi dan mengembangkan konsep desain berdasarkan konsep desain yang ada dalam sebuah UMKM, sehingga penerapan teknik ini meningkatkan kreativitas dan juga menyediakan alat yang berguna untuk menciptakan solusi desain yang inovatif dan relevan (Haq, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini dapat menemukan metode inovatif yang tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk tetapi juga akan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) dengan teknik SCAMPER sebagai alat untuk merangsang kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan solusi untuk tantangan yang dihadapi (Sihombing et al., 2024).

Berdasarkan permasalahan yang ada, tujuan penelitian ini adalah agar UMKM Ardian Collections dapat berinovasi dengan menyesuaikan preferensi konsumen dengan menggunakan metode SCAMPER yang diterapkan pada UMKM Ardian Collections. Dalam penelitian ini dapat menghasilkan produk yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, penelitian ini

berfokus pada bagaimana UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dengan teknik SCAMPER . Hasil penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi teoritis di bidang manajemen dan pemasaran, tetapi juga akan memberikan saran praktis yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing produk berkelanjutan.

Berdasarkan masalah yang ada maka diperlukan kajian mendalam terkait inovasi menggunakan teknik SCAMPER yang belum sepenuhnya diterapkan oleh Ardian Collections dengan peneliti ingin melakukan penelitian dan penerapan tentang “Implementasi Teknik SCAMPER Untuk Menciptakan Inovasi Dan Menambah Daya Saing Bisnis UMKM Ardian Collections”.

## **B. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat masalah dan fokus penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana Ardian Collections menciptakan suatu inovasi.
2. Untuk mengetahui bagaimana Ardian Collections menerapkan inovasi dilihat dari teknik SCAMPER.
3. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung yang dialami oleh Ardian Collections.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhandayani, A. (2020). *Metode Observasi dalam Penelitian Kualitatif* (Vol. 2507, Issue February, pp. 1–9).
- Ading, S. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Berbasis Inovasi untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 397–407. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/504>
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Anas, M., Zulistiani, Kurnia, I., Daniati, E., Muslih, B., Riwayatiningih, R., & Yanti, N. E. (2023). DEVELOPING CRITICAL THINKING ACHIEVEMENT IN MACROECONOMICS COURSE TROUGH ADI LEARNING BASED. *Revista de Gestao Social e Ambiental*, 17(8). <https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n8-010>
- Anto, R. P., Nur, N., Yusriani, Ardah, F. K., Ayu, J. D., Nurmahdi, A., Apriyeni, B. A. R., Purwanti, Adrianingsih, arita Y., & Putra, M. F. P. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2).
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi Dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Prosiding*, 1, 21–29.
- Bisnis, B. (2023). *Indikator Inovasi dan Pengertiannya Menurut Para Ahli*. [https://m-kumparan-com.cdn.ampproject.org/v/s/m.kumparan.com/amp/berita-bisnis/indikator-inovasi-dan-pengertiannya-menurut-para-ahli-1zfmD6BaBri?amp\\_gsa=1&amp\\_js\\_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAA gM%3D#amp\\_tf=Dari%251%24s&aoh=17520147554201&referrer=https%3A%2F](https://m-kumparan-com.cdn.ampproject.org/v/s/m.kumparan.com/amp/berita-bisnis/indikator-inovasi-dan-pengertiannya-menurut-para-ahli-1zfmD6BaBri?amp_gsa=1&amp_js_v=a9&usqp=mq331AQIUAKwASCAA gM%3D#amp_tf=Dari%251%24s&aoh=17520147554201&referrer=https%3A%2F)
- Dandi, A., Meilina, R., & Bhirawa, S. W. S. (2024). *Pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko adin fe kediri*.

565–574.

- Fauziyah, R. N. (2022). *Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran dan Contoh*. Ekon.Go.Id. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Fauziyah, R. N. (2023). *Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran dan Contoh*. Www.Gramedia.Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/umkm/>
- Haq, B. N. (2024). Inovasi Desain Produk Umkm: Aplikasi Scamper Di Kelas Studio Desain Produk. *Jurnal Muara Pendidikan*, 9(1), 127–135. <https://doi.org/10.52060/mp.v9i1.2025>
- Hassandi, I., & Pratiwi, D. A. (2024). *Metode-Metode Pendukung Kreativitas dan Inovasi dalam Bidang Bisnis*.
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, XI(2), 103–116.
- Iryana, & Kasawati, R. (2019). *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*. 21(58), 99–104. <https://www.unhcr.org/publications/manuals/4d9352319/unhcr-protection-training-manual-european-border-entry-officials-2-legal.html?query=excom> 1989
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition New Jersey*.
- Marlinton, S., & Muslih, B. (2023). Exploration of the SCAMPER Method to Encourage MSME Business Sustainability Getuk Banana RM Kediri. *1st International Conference on Economy, Management, and Business (IC-EMBus)*, 1, 2797. <https://conference.trunojoyo.ac.id/pub/icembus/article/view/321>
- Mohamadi, R. F. (2024). *Pengertian, Jenis dan Perkembangan UMKM di Indonesia*. Www.Jurnal.Id. <https://www.jurnal.id/id/blog/apa-itu-arti-yang-dimaksud-pengertian-umkm-artinya-adalah/>
- Mukmin, D. E. S. A., & Bhirawa, S. W. S. (2021). *Analisis Penerapan Promosi di Instagram Dalam Meningkatkan Pendapatan Bengkel Cat KK-PAINT Kota*

*Kediri*. 949–956.

- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Muslih, B. (2020). Urgensi Komunikasi dalam Menumbuhkan Motivasi di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan PENTARAN*, 5(1), 1–102.  
[https://repository.unpkediri.ac.id/2981/1/61201\\_0701018607\\_ARTIKEL.pdf](https://repository.unpkediri.ac.id/2981/1/61201_0701018607_ARTIKEL.pdf)
- Muslih, B., Meilina, R., Sardanto, R., & Soedjoko, D. K. H. (2019). Pentingnya Sebuah Kinerja Dipandang dari Segi Gaya Komunikasi, Pelatihan dan Disipli Kerja. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 4 No. 2 (2019) Hlm. 156-165, 4(2), 111–210*.  
[https://repository.unpkediri.ac.id/2980/1/61201\\_0701018607\\_ARTIKEL.pdf](https://repository.unpkediri.ac.id/2980/1/61201_0701018607_ARTIKEL.pdf)
- Nurfajriani, W. V., Ilham, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(September), 826–833.
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan Vol 2 No.4 Agustus 2024, 2(4), 180–189*.  
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113>
- Rahmania, H., Pratama, F. P., Febriyana, A. N., Prayuda, R., Nabila, Z., & Rahmantya, Y. E. K. (2024). Menciptakan Strategi Inovatif Dan Kreatif Bagi Umkm: Observasi Pada Usaha “Coffe Satu.” *Digital Business and Entrepreneurship Journal Vol 2 No.1 2024, 2(1), 27–33*.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.25134/digibe.v2i1.10>
- Ramadhani, F., Kusumah, A., & Hardilawati, W. L. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Marketing Digital Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Pekanbaru. *Economics, Accounting and Business Journal*, 2(2), 344–354.  
<https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/153>
- Riadi, M. (2023). *Inovasi (Pengertian, Ciri, Jenis, Komponen dan Proses)*. Kajianpustaka.Com. <https://www.kajianpustaka.com/2020/07/inovasi->

[pengertian-ciri-jenis-komponen-dan-proses.html](#)

- Rizki, F. (2023). *SCAMPER, Metode Jitu Mengasah Kreativitas Menuju Bisnis Sukses*. <https://markplusinstitute.com/explore/apa-itu-metode-scamper/?srsltid=AfmBOootms3mx8pvYA-zUbjKK8hCTxLGXcL5MM6lxeOgjybd8xigJOIO>
- Sabilla, K. D. E. N., & Muslih, B. (2022). *Analisis Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna MS GLOW Outlet Kertosono*. 457–463.
- Samuel, J. (2020). *Creative Thinking 101 – SCAMPER Method*. Binus.Ac.Id. <https://sis.binus.ac.id/2020/07/23/creative-thinking-101-scamper-method/>
- Sihombing, T. M., Adriant, I., & Fadhillah, R. (2024). *Analisis Kemasan Primer Pempek Frozen Studi Kasus UMKM Pempek Aisyah Baturaja*. 18(1), 117–124. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v18i1> p-ISSN:
- Sonata, E. A. P., Ernestivita, G., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera*. 31–41.
- Soyer, C., Caganaga, & Kivanc, C. (2019). Evaluation of High School Students' Perceptions of the Importance of History Lesson and the Students' Achievements. *OALib*, 06(07), 1–11. <https://doi.org/10.4236/oalib.1104810>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Sugiyono - 2015.pdf* (p. 346).
- Tahir, T., & Murniati, M. (2020). Penerapan Metode Scamper Dalam Mengembangkan Kemampuan Pemecahan Masalah Ditinjau Dari Motivasi Mahasiswa Pendidikan Matematika Universitas Sembilanbelas November Kolaka. *JURNAL SILOGISME: Kajian Ilmu Matematika Dan Pembelajarannya*, 4(2), 43. <https://doi.org/10.24269/silogisme.v4i2.2072>
- Vanya, A. (2025). *Teknik SCAMPER: Cara Berinovasi dalam Bisnis dan Kehidupan Sehari-hari*. Nextlevelstudy.Com. <https://next-level-study.com/teknik-scamper-cara-berinovasi/>
- Waluyo, D. (2024). *UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi->

