



YAYASAN PEMBINA LEMBAGA PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI PGRI KEDIRI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Status Terakreditasi "Baik Sekali"

SK. BAN PT No: 671/SK/BAN-PT/Akred/PT/VII/2021 Tanggal 21 Juli 2021
Jalan K.H. Achmad Dahlan No. 76 Telepon: (0354) 771576, 771503, 771495 Kediri

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI
Nomor:024.165 /A/GPM//FEB-UNP-Kd/VII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Faisol, M.M.
NIDN : 0712046903
Jabatan : Gugus Penjamin Mutu

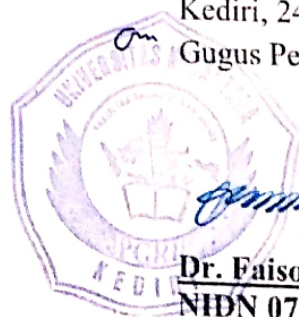
Menyatakan bahwa:

Nama : Serli Marlinton
NPM : 2012010386
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : EXPLORATION OF THE SCAMPER METHOD TO ENCOURAGE
MSME BUSINESS SUSTAINABILITY GETUK BANANA RM
KEDIRI

Telah melakukan cek plagiasi pada dokumen Skripsi dengan hasil sebesar $\leq 30\%$ dan dinyatakan bebas dari unsur-unsur plagiasi. (Ringkasan hasil plagiasi terlampir)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kediri, 24 Juli 2024
Gugus Penjamin Mutu,



Dr. Faisol, M.M.
NIDN 0712046903

Exploration of the SCAMPER Method to Encourage MSME Business Sustainability Getuk Pisang RM Kediri

by Arslan Ali

Submission date: 03-Jul-2024 01:48PM (UTC+0500)

Submission ID: 2411990492

File name: Serli_Marlinton_2012010386_-_Serli_Marlinton.docx (1.57M)

Word count: 4804

Character count: 31308

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran utama dan penting UMKM dalam pembangunan sosial ekonomi dan penyerapan tenaga kerja dinilai strategis, dan sektor UMKM juga dinilai sebagai salah satu penyalur hasil pembangunan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia (Kurniawan et al., 2022). Keyakinan inilah peran sektor UMKM berpotensi untuk menggerakkan perekonomian suatu negara (Budyastuti, 2021). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah bentuk usaha swasta yang berasal dari masyarakat dan memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja. Di tingkat daerah, UKM menjadi pusat perhatian masyarakat karena aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh UKM tersebut berkaitan erat dengan kegiatan masyarakat sekitarnya.

Dalam konteks ini, UKM menjadi mitra utama bagi masyarakat daerah dalam upaya meningkatkan pendapatan (Nugroho et al., 2023). Secara keseluruhan, UMKM seringkali menghadapi tantangan konvensional, seperti permasalahan terkait sumber daya manusia, kepemilikan, pembiayaan, pemasaran, dan berbagai masalah pengelolaan bisnis lainnya. Akibatnya, bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar menjadi sulit bagi UMKM (Idawati & Pratama, 2020). Keputusan calon pembeli atau konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa umumnya didasarkan pada persepsi mereka terhadap produk tersebut (Ningtiyas et al., 2022). Ditengah persaingan yang

semakin ketat dan dinamika pasar yang terus berubah UMKM harus tetap inovatif dan berkelanjutan agar dapat bertahan dan berkembang.

Potensi bisnis Kota Kediri, terutama dalam lingkup usaha mikro, sangat beragam (Tohari et al., 2021). Salah satu UMKM yang ada di Kota Kediri adalah Getuk Pisang RM milik pak Marsidik, yang telah berdiri sejak tanggal 20 Agustus 2000 dan diteruskan sebagai bisnis warisan dari generasi sebelumnya. Getuk Pisang adalah bisnis makanan tradisional yang berasal dari Kota Kediri. Produk ini terbuat dari pisang sebagai bahan utamanya. Perbedaan utamanya adalah bahwa Getuk Pisang tidak sama dengan getuk yang umumnya terbuat dari singkong atau ubi. Getuk Pisang menggunakan pisang jenis raja nangka, yang memberikan cita rasa unik. Produk ini juga dikemas dengan daun pisang, menghasilkan aroma yang khas. Penting untuk dicatat bahwa Getuk Pisang hanya bisa bertahan selama 2 hari dalam kondisi biasa (Cahyono & Kunhadi, 2020). Keunikan dari bisnis ini adalah penggunaan resep tradisional dan tidak mengandung bahan pengawet. Usaha ini mulai berkembang ketika sebuah outlet baru menyediakan Getuk Pisang RM dan mendapat sambutan positif. Dari sana, produk Getuk Pisang RM buatan Marsidik pun semakin dikenal luas, dan permintaan untuk produk ini meningkat secara signifikan.

Getuk Pisang RM sebuah bisnis yang telah mengangkat citra rasa tradisional yang menjadi daya tarik kuliner lokal. Para pengusaha selalu menginginkan usaha mereka untuk terus berkembang dan berlanjut. Pada

umumnya, kelebihan produk kuliner UMKM terletak pada cara pengolahan dan kreasi yang disesuaikan dengan preferensi konsumennya (Rudiatin et al., 2021). Hal ini diperlukan agar mereka dapat bersaing di dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang dengan cepat (Maulana & Bachtiar, 2022). Penting bahwa sebuah usaha memberikan dampak positif pada lingkungannya agar diterima secara luas. Keberlanjutan usaha merujuk pada kemampuan usaha untuk beroperasi dan tumbuh dalam jangka panjang, dan beberapa usaha bahkan mampu mewariskan keberlanjutan mereka kepada generasi berikutnya. Ini sering terjadi ketika kepemimpinan yang efektif dipraktikkan, diwariskan dari pemilik awal ke keturunannya, sehingga memastikan kelangsungan usaha yang berjalan dengan lancar (Fario & Cardo, 2022).

Dalam lingkup bisnis, konsep keberlanjutan sering dianggap sebagai sarana untuk mengelola secara optimal sumber daya yang tersedia. Hal ini mencakup pertimbangan aspek-aspek seperti aspek ekonomi (agar bisnis tetap berkembang secara berkelanjutan dan menarik bagi investor), aspek lingkungan (untuk memastikan bahwa interaksi antara bisnis dan lingkungan berlangsung secara seimbang tanpa menimbulkan dampak kerusakan yang permanen) dan aspek sosial (dalam upaya membangun hubungan yang adil antara organisasi dan berbagai pemangku kepentingan) (Tiara et al., 2023). Transformasi dalam ranah bisnis telah membuat sektor bisnis semakin menyadari kepentingan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya (Ria & Digdowiseiso, 2023).

Keharusan menjaga keberlanjutan adalah untuk memastikan kesiapan sumber daya yang mendukung usaha dan persiapan bagi generasi penerus (Resty et al., 2022). Istilah bisnis berkelanjutan sering kali diterapkan oleh perusahaan besar yang telah mencapai stabilitas finansial, tetapi hal ini bisa diterapkan juga oleh UMKM. Dengan memperkuat elemen-elemen seperti nilai proposisi, penciptaan nilai, dan penangkapan nilai, UMKM di Indonesia berpotensi untuk bertahan dalam jangka panjang (Parulian et al., 2023).

Untuk menopang kelangsungan bisnis UMKM, beberapa faktor yang memengaruhinya termasuk kreativitas, modal usaha, dan penerapan diversifikasi produk. Kreativitas merujuk pada upaya inovatif dalam mengembangkan produk atau proses yang memberikan manfaat, akurat, sesuai, dan memiliki nilai tambah dalam konteks tugas yang lebih bersifat heuristik, yaitu sebagai panduan atau petunjuk yang belum sepenuhnya tersusun yang membimbing kita dalam pemahaman, pembelajaran, atau penemuan hal baru (Azzahra et al., 2021). Keberlanjutan bisnis menjadi semakin krusial dalam konteks global saat ini. Untuk tetap relevan dan mampu bertahan dalam jangka panjang, UMKM seperti Getuk Pisang RM Kediri harus berinovasi dan beradaptasi.

Penentuan strategi keberlanjutan tidak selalu menjadi pilihan terbaik atau sesuai dengan tujuan yang dimiliki oleh UMKM, sehingga muncul tantangan dalam menemukan strategi keberlanjutan yang paling optimal (Istianingsih et al., 2019). UMKM menyadari bahwa faktor keberlanjutan

atau *sustainability* memiliki pentingnya, baik untuk keberlangsungan bisnis mereka maupun untuk lingkungan sekitar di mana bisnis UMKM tersebut beroperasi (Josephine et al., 2020). Baik berupa tenaga kerja atau modal yang tersedia untuk mengoperasikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Mufidah et al., 2023).

Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menerapkan metode SCAMPER. Metode SCAMPER adalah suatu teknik yang digunakan untuk meningkatkan atau menyempurnakan produk atau layanan (Seawan & Gumulya, 2023). SCAMPER mendasarkan diri pada gagasan bahwa dalam dunia UMKM, inovasi seringkali melibatkan pengembangan atau perubahan dari apa yang telah ada sebelumnya (Rino et al., 2022). Dalam konteks Getuk Pisang RM Kediri, SCAMPER dapat diterapkan untuk menciptakan variasi produk, meningkatkan proses produksi, atau memperluas pasar target dengan cara yang inovatif.

B. Tujuan Penelitian

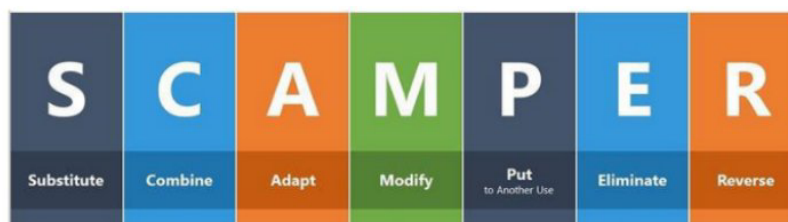
Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai peran metode SCAMPER sebagai alat yang potensial untuk merangsang inovasi yang berkelanjutan dalam bisnis untuk mendorong *business sustainability* di UMKM Getuk Pisang RM Kediri.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. SCAMPER

SCAMPER adalah akronim yang mewakili sebuah teknik untuk merevisi atau menghasilkan ide. Teknik ini dirancang khusus untuk membantu dalam pemecahan masalah kreatif dan pemikiran imajinatif (Eberle, 1997). Metode SCAMPER pertama kali dipelopori oleh Alex Osborn pada tahun 1953, lalu diperkenalkan di dunia pendidikan oleh Eberle. SCAMPER merupakan akronim dari *Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to other uses, Eliminate, Reverse*. Seiring dengan berkembangnya waktu SCAMPER mulai digunakan dalam dunia bisnis. SCAMPER digunakan untuk merangsang kreativitas dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Metode ini dapat menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan UMKM, membantu mereka dalam memecahkan masalah, dan melatih individu untuk menghasilkan solusi kreatif dalam kehidupan mereka (Mandasari et al., 2020).



Sumber : Universitas Ciputra Surabaya 2023
Gambar 1.1
Model SCAMPER

Terlihat pada gambar tersebut menjelaskan tentang bagian-bagian SCAMPER terdiri dari *Substitute* (Substitusi) adalah pertimbangkan apa yang bisa diganti atau dimodifikasi dalam produk, masalah, atau proses yang hadapi. *Combine* (Gabungkan) adalah fokuskan pada cara untuk menggabungkan elemen-elemen yang berbeda dari produk, masalah atau proses untuk menciptakan hasil yang berbeda dan memaksimalkan sinergi.

Adapt (Adaptasi) adalah pikirkan cara-cara untuk menyesuaikan elemen-elemen yang sudah ada dalam produk, masalah atau proses. *Modify* (Modifikasi) adalah pertimbangkan perubahan atau penyesuaian yang dapat dilakukan pada produk, masalah atau proses. *Put to other use* (Manfaatkan untuk tujuan lain) adalah pikirkan tentang cara menggunakan elemen atau ide yang ada untuk tujuan yang berbeda atau baru dan pertimbangkan bagaimana modifikasi dapat memungkinkan pemanfaatan yang berbeda.

Eliminate (Hapus) adalah identifikasi elemen-elemen yang bisa dihilangkan atau disederhanakan dalam produk, desain atau layanan. *Reverse / Rearrange* (Balik / Susun Ulang) adalah pertimbangkan cara untuk mengubah, menyusun ulang atau membalik elemen atau proses yang ada dan bagaimana melakukan proses tersebut secara terbalik dapat membantu dalam menemukan solusi kreatif (Faturahman & Annabella, 2023).

B. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

UMKM merupakan bisnis dagang yang dijalankan oleh individu atau entitas badan usaha dalam skala kecil atau mikro (Tritianti et al., 2021). Peran penting Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional, mencakup beberapa aspek yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan perkembangan sosial. Berikut adalah beberapa peran utama UMKM dalam ekonomi:

- a. Menciptakan lapangan kerja, UMKM menjadi salah satu penyumbang utama dalam penciptaan lapangan kerja. Mereka seringkali mempekerjakan banyak pekerja lokal dan memberikan peluang kerja bagi penduduk setempat, sehingga mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan rumah tangga.
- b. Mendorong pertumbuhan ekonomi, UMKM berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dengan meningkatkan pendapatan, konsumsi, dan memperluas pasar lokal. Ini memberikan dorongan bagi pertumbuhan sektor lain dalam ekonomi.
- c. Pemberdayaan ekonomi lokal, UMKM sering berakar dalam komunitas lokal dan mendukung perekonomian lokal dengan membeli bahan baku dan layanan dari usaha-usaha lokal lainnya. Hal ini memperkuat rantai pasokan dan memberikan keuntungan ekonomi secara keseluruhan pada tingkat daerah.

- d. ³² Inovasi dan kreativitas, UMKM sering menjadi pusat inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk dan layanan. Mereka dapat merespons perubahan pasar dengan cepat dan berkontribusi pada beragamnya produk dan layanan yang tersedia di pasar.
- e. Pengurangan ketidaksetaraan ekonomi, UMKM memberikan kesempatan kepada sektor-sektor yang kurang terwakili untuk berpartisipasi dalam ekonomi. Mereka sering melayani segmen pasar yang berbeda dan memiliki peran penting dalam mengurangi ketidaksetaraan ekonomi (Ishak et al., 2022).

⁴ Perkembangan Usaha kecil menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian lokal dan nasional. UMKM seringkali memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam mengikuti tren pasar dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Dalam konteks UMKM, faktor-faktor seperti keberlanjutan lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, dan penggunaan sumber daya secara efisien sangat penting untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

C. Keberlanjutan Bisnis

⁹ Bisnis berkelanjutan adalah kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya serta meningkatkan nilai jangka panjang dengan menggabungkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya. Adanya keberlanjutan akan mendorong perusahaan atau organisasi

untuk memiliki visi masa depan dengan mengintegrasikan tujuan bisnis yang memiliki nilai jangka panjang (Purnomosidi & Sukoharsono, 2022).

Dalam menjalankan bisnis, mengidentifikasi peluang yang tepat adalah langkah awal yang sangat penting untuk memiliki potensi pertumbuhan jangka panjang serta keberlanjutan. Ada beberapa ciri khas yang menunjukkan bahwa sebuah peluang bisnis memiliki potensi besar dan berkelanjutan. Berikut adalah beberapa karakteristik tersebut memiliki nilai jual yang tinggi, tidak hanya didasarkan pada ambisi pribadi, mampu bertahan di pasar dalam jangka waktu yang lama, modal yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuan pelaku bisnis, tidak hanya bergantung pada momentum atau tren musiman, memenuhi kebutuhan yang tinggi dan berkelanjutan dari konsumen, memiliki keunikan sehingga sulit untuk ditiru oleh pesaing (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

Dengan memahami karakteristik di atas, pelaku bisnis dapat lebih mudah mengevaluasi dan memilih peluang yang sesuai dengan visi dan misi bisnis mereka. Agar UMKM dapat bertahan, peran lingkungan internal dan eksternal sangat penting. Daya saing serta kinerja jangka panjang UMKM tergantung pada kemampuan mereka untuk mengimplementasikan strategi bisnis berkelanjutan, termasuk mengadopsi praktik-praktik keberlanjutan dan memenuhi harapan konsumen (Purnomo et al., 2024).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Deskripsi Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong (2017) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Aliami et al., 2022). Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana UMKM dapat menerapkan SCAMPER dalam konteks bisnis UMKM Getuk Pisang RM Kediri. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara menyeluruh bagaimana proses inovasi dapat memengaruhi keberlanjutan bisnis dari perspektif subjek yang terlibat.

B. Rincian Proses Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam melalui sudut pandang dan pengalaman individu yang terlibat. Penelitian ini fokus pada eksplorasi yang mendalam mengenai bagaimana individu mengalami, memahami, dan menafsirkan berbagai aspek

dari fenomena sosial yang mereka hadapi. ¹³ Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penetapan sampel dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan tertentu.

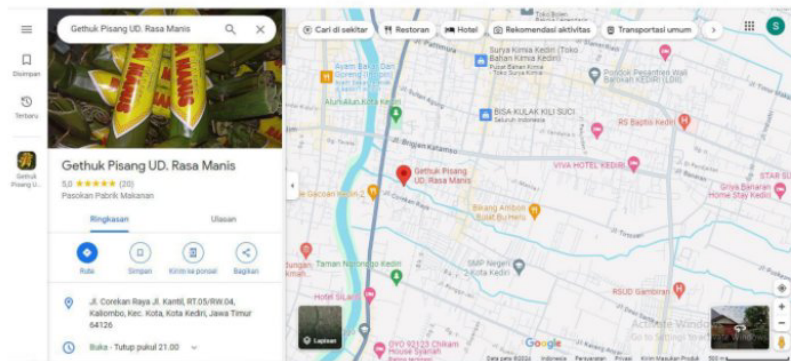
¹⁴ Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, beberapa teknik yang digunakan antara lain: ¹⁸

1. Observasi adalah teknik yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena yang sedang diteliti, mencatat apa yang dilihat, didengar, atau dialami selama observasi.
2. Wawancara adalah metode yang melibatkan percakapan langsung antara peneliti dan responden. Peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan untuk mendapatkan informasi yang mendalam dari responden.
3. Dokumentasi adalah metode yang melibatkan pengumpulan data dari dokumen atau catatan yang sudah ada. Sumber data bisa berupa buku, laporan, arsip, atau dokumen lainnya.

C. Sasaran Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Getuk Pisang RM Kediri yang beralamatkan di Jl. Corekan Raya Jl. Kantil, RT.05/RW.04, Kaliombo, Kec. Kota, Kota Kediri. Sasaran penelitian mencakup pemilik bisnis, Pak Marsidik dan Ibu Sukei sebagai pelanggan UMKM Getuk Pisang RM Kediri. Objek penelitian ini adalah UMKM Getuk Pisang RM Kediri yang merupakan UMKM yang cukup lama sebagai salah satu UMKM yang bergerak di

makanan tradisional oleh-oleh khas kota Kediri yang harus dilestarikan untuk keberlanjutan bisnisnya.



Sumber : <https://maps.app.goo.gl/3WLSTScW5rYVBPSb9>

Gambar 2.1

Peta lokasi UMKM Getuk Pisang RM Kediri

D. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun untuk wawancara dengan pemilik bisnis dan pelanggan UMKM Getuk Pisang RM Kediri. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan pemilik bisnis dan pelanggan UMKM Getuk Pisang RM Kediri. Wawancara akan difokuskan pada topik-topik terkait penerapan SCAMPER, inovasi dalam bisnis, keberlanjutan bisnis, serta pandangan dan pengalaman langsung informan terkait dengan topik penelitian.

E. Prosedur Analisis Data

Analisis data adalah proses mengumpulkan informasi secara terorganisir untuk membantu peneliti dalam membuat kesimpulan. Dalam analisis data kualitatif, pendekatannya bersifat induktif, yang berarti analisis dilakukan berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Proses analisis data terdiri dari tiga tahap yang berlangsung secara bersamaan, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pada tahap awal, peneliti melakukan eksplorasi umum terhadap situasi sosial atau objek yang diteliti, dengan mencatat semua pengamatan dan informasi yang diperoleh. Setelah data terkumpul, hasilnya dipresentasikan dalam bentuk transkrip wawancara, deskripsi dokumen, dan deskripsi temuan penelitian.

2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses menyusun, memilih, dan memilah informasi inti yang relevan. Dengan melakukan ini, data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih fokus dan membantu peneliti dalam analisisnya.

3. Penyimpulan dan Verifikasi

Hasil penelitian akan disusun dengan memasukkan narasi yang menggambarkan data yang telah diperoleh. Proses ini akan diperkuat oleh bukti-bukti yang terkumpul dari wawancara, observasi, dan

dokumentasi lapangan. Setiap temuan yang diungkap akan didukung oleh rincian yang terperinci dari bukti-bukti tersebut, memastikan bahwa hasil penelitian memberikan gambaran yang kuat dan komprehensif tentang fenomena yang diteliti serta mendukung kesimpulan yang diambil.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Getuk Pisang RM Kediri merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Kediri yang menerapkan metode SCAMPER sebagai keberlanjutan bisnisnya. UMKM Getuk Pisang RM Kediri merupakan UMKM yang menyediakan salah satu makanan atau camilan tradisional yaitu getuk pisang. UMKM ini berlokasi di Jl. Corekan Raya Jl. Kantil, RT.05/RW.04, Kaliombo, Kec. Kota, Kota Kediri. UMKM Getuk Pisang RM Kediri yang dirintis 20 Agustus 2000 lalu ini merupakan usaha turun temurun. Wawancara dilakukan pada tanggal 7 dan 8 November 2023 di lokasi UMKM Getuk Pisang RM Kediri dengan informan yaitu pemilik UMKM Marsidik dan Pelanggan yaitu Sukesu.

33
Tabel 4.1

Karakteristik Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Jabatan	Keterangan
1	Marsidik	55 Tahun	Pemilik UMKM Getuk Pisang RM Kediri	Pak Marsidik memiliki kendali penuh atas operasi bisnis dan merupakan pemilik tunggal dari UMKM Getuk Pisang RM Kediri

				yang memungkinkannya untuk mengambil semua keputusan strategis dan operasional bisnis.
2	Sukesi	45 Tahun	Pelanggan UMKM Getuk Pisang RM Kediri	Ibu Sukesi adalah pelanggan setia UMKM Getuk Pisang RM Kediri karena menyukai kualitas dan rasa getuk pisang mereka, yang dibuat dengan proses tradisional dan bahan berkualitas, serta mendukung produk lokal.

Hasil Wawancara Kepada Informan Pak Marsidik Pemilik UMKM

Getuk Pisang RM Kediri

1. Pertanyaan : Bagaimana anda menerapkan metode SCAMPER dalam bisnis Getuk Pisang RM Kediri?

Jawaban : “Iya, saya menerapkan metode SCAMPER sebagai alat untuk merangsang kreativitas dalam bisnis”.

Dari jawaban diatas UMKM Getuk Pisang RM Kediri menerapkan metode SCAMPER dalam bisnisnya.

2. Pertanyaan : Bisakah anda memberikan contoh konkret tentang bagaimana elemen SCAMPER, seperti substitusi, gabungan, adaptasi, modifikasi, dan pemanfaatan, digunakan untuk mengembangkan produk getuk pisang?

Jawaban : “Iya, menggunakan adaptasi dengan mengadaptasikan ukuran Getuk Pisang untuk menciptakan porsi yang lebih kecil atau kemasan praktis untuk konsumsi di perjalanan dan satu lagi yaitu memanfaatkan untuk tujuan lain yaitu menawarkan Getuk Pisang dalam industri catering atau sebagai hadiah kreatif”.

Dari jawaban diatas UMKM Getuk Pisang RM Kediri menggunakan elemen SCAMPER antara lain *adapt* (adaptasi) yaitu memikirkan cara-cara untuk menyesuaikan elemen-elemen yang sudah ada dalam produk, masalah atau proses. Yang kedua *Put to other use* (manfaatkan untuk tujuan lain) yaitu memikirkan tentang cara menggunakan elemen atau ide yang ada untuk tujuan yang berbeda

atau baru dan mempertimbangkan bagaimana modifikasi dapat memungkinkan pemanfaatan yang berbeda.

3. Pertanyaan : Bagaimana anda melihat dampak yang terjadi dari inovasi ini terhadap berbagai aspek seperti penjualan dan perluasan pasar bisnis anda?

Jawaban: "Dampaknya sangat positif. Peningkatan signifikan dalam penjualan setelah mengenalkan produk-produk inovatif ini. Pelanggan mau mencoba variasi baru ini, jangkauan pasar juga luas.

Dari jawaban diatas UMKM Getuk Pisang RM Kediri dapat disimpulkan bahwa inovasi yang diterapkan membawa dampak positif untuk aspek penjualan dan perluasan bisnisnya. Peningkatan signifikan dalam penjualan setelah mengenalkan produk-produk inovatif ini. Pelanggan merasa tertarik untuk mencoba variasi baru yang di tawarkan. Ini juga membantu menjangkau lebih banyak pasar dan menjadikan Getuk Pisang RM sebagai tujuan favorit bagi pecinta kuliner

4. Pertanyaan : Apakah anda mengalami hambatan atau tantangan dalam menerapkan metode SCAMPER, dan bagaimana anda mengatasinya?

Jawaban : "Tentu, pastinya ada tantangan yaitu pemilihan bahan baku, tetap memastikan bahan yang di gunakan tetap berkualitas. Juga perlu untuk memastikan kemasan yang menarik pembeli. Mengatasinya ya bekerja sama dengan pemasok dan terus menerima masukan dari pelanggan".

Dari jawaban diatas UMKM Getuk Pisang RM Kediri dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki beberapa tantangan antara lain memastikan bahwa bahan baku yang digunakan tetap berkualitas sehingga proses produksi dapat berjalan dengan baik, tantangan yang kedua yaitu memastikan bahwa kemasan yang dipakai dapat menarik minat pelanggan hal tersebut pastinya harus menjalin kerjasama dengan pemasok dan menerima saran atau masukan dari pelanggan untuk produk yang di tawarkan.

5. Pertanyaan : Bagaimana menurut anda metode SCAMPER berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis UMKM seperti Getuk Pisang RM Kediri?

Jawaban : "Saya yakin metode SCAMPER berperan penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis. Pokoknya terus inovasi, biar bisnisnya terus berlanjut dan tetap laku dipasar".

Dari jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa dengan terus berinovasi, UMKM dapat tetap relevan di pasar yang terus berubah. Inovasi ini membantu mempertahankan basis pelanggan yang kuat dan terus tumbuh. Ini adalah faktor penting dalam menjaga bisnis kecil seperti UMKM Getuk Pisang RM Kediri agar tetap berkelanjutan.

Deskripsi wawancara yang peneliti lakukan dengan pihak pemilik UMKM Getuk Pisang RM Kediri adalah sebagai berikut:

Penelitian yang telah dilakukan pada UMKM Getuk Pisang RM Kediri dengan Hasil wawancara menyoroti keberhasilan Pak Marsidik dalam menerapkan metode SCAMPER untuk mengembangkan produk-produk inovatif di bisnisnya, Getuk Pisang RM Kediri. Marsidik menggunakan elemen-elemen SCAMPER, seperti substitusi, gabungan, adaptasi, modifikasi, dan pemanfaatan untuk tujuan lain, sebagai landasan untuk merangsang kreativitas dalam bisnisnya. Misalnya, menggunakan adaptasi dengan mengadaptasikan ukuran Getuk Pisang untuk menciptakan porsi yang lebih kecil atau kemasan praktis untuk konsumsi di perjalanan. Hal ini meningkatkan kualitas produk. Selain itu, juga menggunakan *put no another use* yaitu menawarkan getuk pisang dalam industri catering atau sebagai hadiah kreatif. Ini adalah beberapa dari berbagai elemen SCAMPER yang diterapkan dalam pengembangan produk. Melalui pendekatan ini, Marsidik berhasil menciptakan variasi produk yang tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga memperluas pangsa pasar bisnisnya. Dampak positif dari inovasi ini terlihat dalam peningkatan penjualan yang substansial, menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM seperti Getuk Pisang RM Kediri.

Hasil Wawancara Kepada Informan Ibu Sukezi Pelanggan UMKM

Getuk Pisang RM Kediri

1. Pertanyaan : Bagaimana tanggapan dan perasaan anda tentang variasi produk yang ditawarkan oleh Getuk Pisang RM Kediri?

Jawaban : "Saya merasa senang dengan variasi produk yang ditawarkan oleh Getuk Pisang RM. Ini memberi saya banyak pilihan".

Dari jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa tanggapan Ibu Sukezi terhadap variasi produk yang ditawarkan oleh Getuk Pisang RM Kediri adalah positif. Ia merasa senang dengan banyaknya pilihan yang tersedia, menunjukkan bahwa ia mengapresiasi keberagaman produk yang disediakan. Ini menunjukkan bahwa Getuk Pisang RM Kediri berhasil memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggannya dengan menawarkan berbagai macam produk, sehingga memberikan pengalaman belanja yang memuaskan bagi Ibu Sukezi dan pelanggan lainnya.

2. Pertanyaan : Apakah anda telah mencoba produk-produk inovatif dari Getuk Pisang RM Kediri?

Jawaban : "Ukuran kecil pas buat perjalanan yang saya pernah coba dan laku di pasaran, untuk selanjutnya mungkin seperti Getuk Pisang coklat"..

Berdasarkan informasi yang diberikan, tampaknya produk-produk inovatif dari Getuk Pisang RM Kediri, terutama ukuran kecil yang

cocok untuk perjalanan, diminati di pasaran. Selain itu, rencana untuk menghadirkan varian baru seperti Getuk Pisang coklat menarik minat banyak orang, terutama bagi para penggemar coklat. Kombinasi antara rasa Getuk Pisang yang khas dengan cita rasa coklat diharapkan dapat menciptakan pengalaman rasa yang unik dan lezat bagi konsumen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa produk-produk inovatif dari Getuk Pisang RM Kediri memiliki potensi untuk memenuhi selera pasar yang beragam dan memperluas basis konsumennya.

3. Pertanyaan : Apakah anda merasa lebih puas dengan produk inovatif yang ditawarkan oleh bisnis ini dibandingkan dengan produk sejenis di pasar?

Jawaban : "Ya, saya merasa lebih puas. Produk inovatif ini memberi saya sensasi baru dalam mencicipi Getuk Pisang. Rasanya lebih enak dan berbeda dari yang lain".

Dari tanggapan informan tersebut, terlihat bahwa ia merasa lebih puas dengan produk inovatif yang ditawarkan oleh bisnis tersebut. Sensasi baru yang diberikan oleh produk inovatif dalam mencicipi Getuk Pisang membuatnya merasa lebih puas. Menurutnya, rasanya lebih enak dan berbeda dari produk sejenis di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk tersebut berhasil menghasilkan nilai tambah yang signifikan dan mampu memenuhi ekspektasi konsumen dengan memberikan pengalaman yang lebih menarik.

4. Pertanyaan : Bagaimana produk inovatif ini memengaruhi keputusan anda untuk terus menjadi pelanggan Getuk Pisang RM Kediri?

Jawaban : "Produk inovatif membuat saya ingin kembali lagi dan mencoba varian lain yang ditawarkan. Saya merasa bahwa bisnis ini selalu memberikan sesuatu yang baru dan menarik untuk dicoba".

Tanggapan dari informan menunjukkan bahwa produk inovatif dari Getuk Pisang RM Kediri memiliki dampak positif terhadap keputusannya untuk terus menjadi pelanggan. Dengan adanya produk inovatif, informan merasa tertarik untuk kembali dan mencoba varian lain yang ditawarkan oleh bisnis tersebut. Ini menunjukkan bahwa inovasi produk mendorong minat pelanggan untuk terus eksplorasi dan menikmati pengalaman baru, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut.

5. Pertanyaan : Bagaimana menurut anda inovasi yang dilakukan oleh Getuk Pisang RM berkontribusi terhadap pengalaman anda sebagai pelanggan dan bagaimana hal itu berhubungan dengan keberlanjutan bisnis mereka?

Jawaban : "Saya senang bisnis ini berusaha keras untuk memberikan yang terbaik untuk pelanggannya. Ini membuat saya merasa bahwa bisnis ini akan terus berkembang dan bertahan dalam jangka panjang".

Dari jawaban di atas dapat disimpulkan bahwa, inovasi yang dilakukan oleh Getuk Pisang RM tampaknya telah memberikan pengalaman positif bagi pelanggan seperti informan. Upaya bisnis ini untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggannya meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap brand tersebut. Perasaan bahwa bisnis

tersebut berusaha keras untuk memberikan layanan terbaik menciptakan rasa yakin bahwa bisnis ini akan bertahan dan terus berkembang dalam jangka panjang. Dengan fokus pada kepuasan pelanggan dan komitmen terhadap kualitas, Getuk Pisang RM mungkin berhasil menciptakan fondasi yang kuat untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Deskripsi wawancara yang peneliti lakukan dengan pihak pelanggan UMKM Getuk Pisang RM Kediri adalah sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan Ibu Sukesi pelanggan Getuk Pisang RM juga mengungkapkan dampak positif inovasi yang dihasilkan dari penerapan metode SCAMPER. Pelanggan merasa puas dengan variasi produk yang ditawarkan, menunjukkan bahwa inovasi telah memenuhi harapan dan kebutuhan mereka secara efektif. Mereka juga mengalami kepuasan yang tinggi dalam mencicipi produk-produk inovatif tersebut, yang memperkuat hubungan antara bisnis dan pelanggan. Sebagai hasilnya, loyalitas pelanggan meningkat, dengan banyak pelanggan yang menjadi pelanggan tetap yang setia terhadap bisnis ini. Dengan meningkatnya kepuasan pelanggan dan loyalitas, bisnis UMKM seperti Getuk Pisang RM dapat memperkuat posisinya dalam pasar dan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya inovasi dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis UMKM. Menerapkan metode inovasi seperti SCAMPER menjadi kunci dalam memastikan keberlanjutan bisnis di tengah

dinamika pasar yang terus berubah. Dengan terus berinovasi, bisnis UMKM dapat tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, pemilik bisnis UMKM harus memberikan perhatian khusus pada upaya inovasi sebagai strategi untuk menghadapi tantangan pasar yang kompleks dan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan komunitas secara keseluruhan.

B. Pembahasan

Pembahasan mengenai peran metode SCAMPER dalam mendorong keberlanjutan bisnis UMKM, seperti Getuk Pisang RM Kediri, didasarkan pada hasil wawancara dengan Pak Marsidik dan Ibu Sukesi. Pak Marsidik menjelaskan bahwa metode SCAMPER digunakan untuk merangsang kreativitas dalam bisnisnya, sesuai dengan teori inovasi yang menekankan pentingnya inovasi dalam pertumbuhan bisnis. Metode SCAMPER dapat membantu UMKM untuk memanfaatkan pengalaman dan strategi bisnis terdahulu secara efektif dengan memberikan panduan terstruktur dalam mengembangkan ide-ide kreatif baru. Dengan menerapkan metode ini, UMKM dapat mempertimbangkan berbagai alternatif untuk menggali kemungkinan solusi baru bagi permasalahan atau tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnis mereka. SCAMPER, yang terdiri dari langkah-langkah *Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate, dan Reverse*, memberikan kerangka kerja yang memungkinkan pengusaha UMKM untuk melihat bisnis mereka dari perspektif yang berbeda dan

menemukan peluang-peluang baru untuk inovasi produk, peningkatan layanan, dan efisiensi operasional. Melalui proses ini, pengusaha UMKM dapat ²⁹ meningkatkan daya saing mereka di pasar, menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, dan memperluas peluang pertumbuhan bisnis (Seawan & Gumulya, 2023). Metode ini memberikan kerangka kerja yang membantu UMKM untuk menciptakan produk inovatif yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks ini, penggunaan metode SCAMPER memungkinkan Marsidik untuk menciptakan produk-produk yang lebih menarik dan relevan dengan pasar. Dampak dari inovasi yang dihasilkan dari penggunaan metode SCAMPER juga terlihat dari hasil wawancara, yang menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan bagi bisnis Getuk Pisang RM setelah pengenalan produk inovatif. ⁴³ Hal ini sesuai dengan teori yang menunjukkan bahwa inovasi dapat meningkatkan kinerja keuangan bisnis dan memungkinkan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Dengan metode SCAMPER, pengusaha UMKM dapat mengambil sesuatu yang sudah ada dan melakukan sesuatu yang berbeda untuk itu, menciptakan inovasi yang relevan dan bernilai tambah. Misalnya, dengan menerapkan prinsip-prinsip SCAMPER, pengusaha UMKM ¹⁰ dapat mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada dengan cara yang unik (Gunarso et al., 2021). Oleh karena itu, inovasi yang dihasilkan dari metode SCAMPER memiliki kontribusi positif yang signifikan terhadap pertumbuhan bisnis UMKM. Dengan cara ini, UMKM dapat menemukan solusi kreatif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan,

²³ meningkatkan efisiensi operasional, dan mempertahankan daya saing di pasar yang terus berkembang. Inovasi yang dihasilkan dari penerapan metode SCAMPER tidak hanya membantu UMKM bertahan tetapi juga berkembang di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, kepuasan pelanggan juga menjadi fokus dalam pembahasan ini.

Pelanggan seperti Ibu Sukei merasakan kepuasan dengan produk inovatif yang ditawarkan oleh bisnis tersebut, yang sejalan dengan literatur yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan dan menciptakan pelanggan setia. Ini menegaskan bahwa inovasi yang dihasilkan dari metode SCAMPER tidak hanya berdampak positif pada bisnis itu sendiri, tetapi juga pada hubungan antara bisnis dan pelanggan, yang dapat menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi. Dengan demikian, pembahasan ini menyoroti pentingnya kepuasan pelanggan dalam konteks keberlanjutan bisnis UMKM. Relevansi hasil penelitian dengan penelitian terdahulu juga ditekankan dalam pembahasan ini. ⁵ Metode Scamper dapat membantu UMKM kuliner untuk menyesuaikan produknya dengan kebutuhan dan selera konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan prinsip-prinsip *adapt*, dan *put to another use* (Yuliani et al., 2024). Meskipun metode SCAMPER bukanlah hal baru dalam konteks inovasi, temuan ini menunjukkan bagaimana metode tersebut dapat diadaptasi dan diterapkan dengan sukses dalam bisnis UMKM tertentu, seperti Getuk Pisang RM. ³⁷ Ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana metode inovasi seperti

SCAMPER dapat berkontribusi pada keberlanjutan bisnis UMKM dan menegaskan pentingnya inovasi dalam mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dengan demikian, pembahasan ini memberikan wawasan baru tentang relevansi metode SCAMPER dalam konteks bisnis UMKM dan menyimpulkan bahwa inovasi terus menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan bisnis UMKM di pasar yang kompetitif.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang peran metode SCAMPER dalam mendorong keberlanjutan bisnis UMKM, berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Marsidik, pemilik bisnis UMKM Getuk Pisang RM Kediri, dan Ibu Sukei, salah satu pelanggan. Metode SCAMPER telah terbukti menjadi alat efektif untuk merangsang kreativitas dalam bisnis, sejalan dengan teori inovasi yang menegaskan bahwa inovasi adalah kunci untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Dampak positif dari inovasi yang dihasilkan dari penerapan metode SCAMPER terlihat dari peningkatan penjualan dan perluasan pangsa pasar Getuk Pisang RM.

B. Saran

Meskipun penelitian ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami peran metode SCAMPER dalam keberlanjutan bisnis UMKM, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel dengan melibatkan lebih banyak UMKM dan variasi konteks bisnis. Dengan melakukan ini, kita dapat mendapatkan wawasan yang lebih kaya tentang bagaimana metode SCAMPER dapat diterapkan dan diadaptasi dalam berbagai situasi bisnis. Selain itu, penelitian masa depan juga dapat mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi efektivitas metode SCAMPER dalam konteks bisnis UMKM, seperti faktor

budaya, lingkungan ekonomi, dan karakteristik industri tertentu. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut ini dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang potensi metode SCAMPER dalam mendukung keberlanjutan bisnis UMKM.

Exploration of the SCAMPER Method to Encourage MSME Business Sustainability Getuk Pisang RM Kediri

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	pt.scribd.com Internet Source	1%
2	serenade.ukdw.ac.id Internet Source	1%
3	Wahyu Eko Cahyono, Dedy Kunhadi. "Strategi Pengembangan UKM Gethuk Pisang Guna Melestarikan Makanan Tradisional", Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri, 2020 Publication	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	1%
6	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
7	digilib.ikipgriptk.ac.id Internet Source	<1%
8	id.scribd.com Internet Source	

<1 %

9

ilmukita62.blogspot.com

Internet Source

<1 %

10

toffeedev.com

Internet Source

<1 %

11

Zumhur Alamin, Lukman Lukman, Randitha Missouri, Nurfidianty Annafi, Sutriawan Sutriawan, Khairunnas Khairunnas. "PENGUATAN DAYA SAING UMKM MELALUI PELATIHAN KETERAMPILAN TEKNOLOGI DI ERA SOCIETY 5.0", Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2022

Publication

<1 %

12

www.coursehero.com

Internet Source

<1 %

13

core.ac.uk

Internet Source

<1 %

14

repositori.stiamak.ac.id

Internet Source

<1 %

15

Diyana Wati, Andreas Wahyu Gunawan Putra, Justine Tanuwijaya. "Pengaruh pay transparency terhadap job satisfaction, turnover intention, dan organizational commitment serta perceived organizational support sebagai variabel mediasi",

<1 %

Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA), 2024

Publication

16	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
18	apbsrilanka.org Internet Source	<1 %
19	digilib.isi.ac.id Internet Source	<1 %
20	ejournal.sisfokomtek.org Internet Source	<1 %
21	jurnal.ikipjember.ac.id Internet Source	<1 %
22	frangao.net Internet Source	<1 %
23	www.kuncie.com Internet Source	<1 %
24	kedirikota.go.id Internet Source	<1 %
25	repository.unja.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.unjaya.ac.id Internet Source	<1 %

27	ejournal.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1 %
28	staff.uny.ac.id Internet Source	<1 %
29	tambahpinter.com Internet Source	<1 %
30	docobook.com Internet Source	<1 %
31	fikes.esaunggul.ac.id Internet Source	<1 %
32	ojs.uho.ac.id Internet Source	<1 %
33	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
34	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
35	www.akuntansilengkap.com Internet Source	<1 %
36	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
37	ejournal.uinib.ac.id Internet Source	<1 %
38	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %

39	ernachesna.blogspot.com Internet Source	<1 %
40	id.123dok.com Internet Source	<1 %
41	raise.mit.edu Internet Source	<1 %
42	repository.unand.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
44	www.scribd.com Internet Source	<1 %
45	yatimmandiri.org Internet Source	<1 %
46	Fauzi Alfauzan, Imam Marjan, Fedora Firda Fatika, Meila Nazwa Dzaqiah et al. "Pengembangan Potensi Ekonomi Home Industri Kecamatan Gunung Tanjung Kabupaten Tasikmalaya", Jurnal Pendidikan Geografi Unpatti, 2023 Publication	<1 %
47	afidburhanuddin.wordpress.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off