

## PERAN INOVASI PRODUK DAN PROSES DALAM KESUKSESAN TOKO OLEH-OLEH "NENG NABILA SNACK" DI CIKADUT, BANDUNG

Indri Ferdiani Suarna \*<sup>1</sup>

Dame Kristinawaty <sup>2</sup>

Siti Rif'ah Hasanati <sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Nusantara Prodi Manajemen

\*e-mail: [sitirifahasanati@gmail.com](mailto:sitirifahasanati@gmail.com), [kristinawatyd@gmail.com](mailto:kristinawatyd@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendalami peran pemberdayaan wanita dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pendekatan kualitatif, dengan fokus pada kasus "Neng Nabila Snack" di Cikadut, Bandung. Metode penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik toko, observasi langsung, dan menganalisis dokumen terkait bisnis. Hasil analisis menunjukkan bahwa pemberdayaan wanita dalam UMKM dapat diperkuat melalui strategi inovatif, yang tercermin dalam produk unik "Neng Nabila Snack." Wanita pemilik toko ini tidak hanya sebagai pengelola bisnis saja, tetapi juga sebagai agen inovasi yang kreatif, menggabungkan nilai-nilai tradisional dengan elemen modern. Proses wawancara memperlihatkan bahwa pemilik toko berperan aktif dalam pengambilan keputusan dan manajemen, menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi aktif wanita dalam pengembangan bisnis. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kesejahteraan wanita dalam UMKM dapat dicapai melalui pendekatan kualitatif yang memahami peran aktif wanita sebagai inovator dan pengambil keputusan dalam konteks bisnis.

**Kata kunci :** pemberdayaan manusia terhadap toko "Neng Nabila Snack"

### Abstract

This research aims to explore the role of women's empowerment in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through a qualitative approach, focusing on the case of "Neng Nabila Snack" in Cikadut, Bandung. This research method involves in-depth interviews with shop owners, direct observation, and analyzing business-related documents. The analysis results show that women's empowerment in MSMEs can be strengthened through innovative strategies, which are reflected in the unique product "Neng Nabila Snack." This woman shop owner is not only a business manager, but also a creative agent of innovation, combining traditional values with modern elements. The interview process showed that shop owners play an active role in decision making and management, creating an environment that supports women's active participation in business development. The implications of these findings indicate that improving women's welfare in MSMEs can be achieved through a qualitative approach that understands the active role of women as innovators and decision makers in the business context.

**Keywords:** human empowerment of shops "Neng Nabila Snack"

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang menyumbang perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi baik bagi bangsa Indonesia maupun di negara-negara lain. Selain itu UMKM dapat mengatasi masalah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Rosmadi, 2019).

Di tengah lanskap yang dinamis dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), toko oleh-oleh memiliki peran krusial dalam mempromosikan budaya lokal dan menciptakan peluang ekonomi. Penelitian ini menyelami persilangan ritel oleh-oleh, pemberdayaan wanita, dan manajemen UMKM, dengan fokus khusus pada kasus unik "Neng Nabila Snack" di Cikadut, Bandung. Toko oleh-oleh, seringkali berfungsi sebagai duta budaya, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi lokal. Mengakui pentingnya memberdayakan perempuan dalam

sektor ini sangat penting, karena hal ini tidak hanya meningkatkan kesetaraan gender tetapi juga meningkatkan ketahanan dan inovasi secara keseluruhan dalam UMKM.

## TUJUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana toko oleh-oleh "Neng Nabila Snack" menjadi contoh pemberdayaan wanita dalam konteks UMKM. Dengan mengadopsi pendekatan kualitatif, yang menggabungkan wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen, kami berusaha untuk mengungkapkan strategi dan praktik manajemen yang telah mengantarkan toko ini menuju kesuksesan. Fokus pada peran wanita dalam pengambilan keputusan, inovasi, dan manajemen bisnis secara keseluruhan menjadi lensa yang kami gunakan untuk menguji implikasi lebih luas terkait pemberdayaan wanita dalam sektor UMKM.

Saat kami menjelajahi penelitian ini, kami bertujuan untuk memberikan wawasan yang dapat menginformasikan praktik, kebijakan, dan upaya penelitian lebih lanjut terkait pemberdayaan wanita dalam konteks unik toko oleh-oleh. Melalui eksplorasi yang matang terhadap "Neng Nabila Snack," kami berharap dapat memberikan cahaya pada narasi lebih luas tentang kontribusi wanita terhadap inovasi dan keberlanjutan bisnis dalam lanskap UMKM Indonesia.

## TINJAUAN PUSTAKA

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. (Nur Jamal Shaid, Muhammad Idris, 2023).

Inovasi produk adalah cara untuk menciptakan produk baru yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Memungkinkan pembeli untuk membeli produk seperti yang diharapkan (Rosyda Nur Fauziyah, 2021).

Pemberdayaan perempuan dalam mendukung UMKM di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dan harus dioptimalkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Diperlukan wadah yang mengakomodasi kaum perempuan pekerja untuk lebih bisa berperan dalam bidang usaha, perlunya pelatihan tentang wirausaha, inovasi produk, manajemen untuk meningkatkan ketrampilan wanita dibidang wirausaha sehingga kegiatan yang produktif terdapat nilai edukasi dan berdaya saing tinggi. (Marthalina, 2018).

Inovasi dan pengembangan bisnis UMKM di era pasar bebas menjadi kunci penting dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia. UMKM harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi, mengembangkan produk dan inovasi yang lebih baik dari pesaing mereka, mencari modal dengan kreatif, mengembangkan jaringan bisnis, dan mendapatkan dukungan dari pemerintah dan perusahaan besar (Rachma Rizqina Mardhotillah, 2023).

Manajemen bisa menjadi aspek yang sangat penting bagi UMKM dikemudian hari karena dapat membuat semua yang dilakukan oleh UMKM lebih terencana dan memiliki tujuan yang jelas dengan menggunakan metode-metode manajemen yang jelas pula. Dengan diterapkannya konsep manajemen dalam UMKM ini akan membuat proses pengembangan usaha menjadi berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang positif. Hal ini dapat membuat UMKM mampu lebih bersaing dengan para pengusaha besar lainnya atau bahkan mereka dapat berkembang menjadi salah satu usaha yang besar dan berpengaruh dalam perekonomian negara (Raynanda Ramadhan, 2021).

(Marthalina, 2018), penelitian dengan judul Pemberdayaan Perempuan dalam Mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam mendukung UMKM di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dan harus dioptimalkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak swasta, perbankan dan lembaga lainnya dalam mendukung

pemberdayaan perempuan. Diperlukan wadah yang mengakomodasi kaum perempuan pekerja untuk lebih bisa berperan dalam bidang usaha, perlunya pelatihan tentang wirausaha, inovasi produk, manajemen untuk meningkatkan ketrampilan wanita dibidang wirausaha sehingga kegiatan yang produktif terdapat nilai edukasi dan berdaya saing tinggi. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah Pemberdayaan dan Keterlibatan perempuan dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif. Pada pendekatan kualitatif, data yang dikumpulkan umumnya berbentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka, walaupun ada angka-angka sifatnya hanya sebagai penunjang. Data dimaksud meliputi transkrip wawancara, catatan lapangan, foto-foto, dokumen pribadi, dan catatan lain-lain (Saldaña, 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara melakukan interview(wawancara) langsung pada para pelaku took oleh-oleh “Neng Nabila Snack” yang ada di Jalan Cikadut yang bergerak pada industri makanan ringan serta wawancara langsung pada objek penelitian yaitu dengan Ibu Ratna karlina wati sebagai pemilik Toko oleh-oleh Neng Nabila Snack sebagai narasumbernya. Sedangkan data primer yaitu melakukan observasi dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Pendekatan kualitatif menjelaskan mengenai keyakinan peneliti berdasarkan pada pengalaman penelitian dan sifat dari permasalahan. Penelitian merupakan prosedur pengumpulan data yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong J, 2019).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sejarah singkat Toko Oleh- oleh “Neng Nabila Snack” dan kenapa memilih Toko ini 2019, waktu terjadinya Covid melanda, beliau sering pulang ke kampung halamannya di Subang, lalu saudara saudaranya meminta oleh-oleh kepada beliau, lalu beliau membawa keripik singkong buatan tangan sendiri, tak disangka-sangka saudara/Inya, menyukai keripik singkong tersebut dan saudara/Inya mempromosikan ke tetangga sekitar subang kampung halaman beliau, dari semenjak itu beliau berinisiatif untuk berwirausaha, beliau menjual kripik singkong tersebut ke rumah rumah dan kesaudara/Inya yang mengorder/ memsan keripik singkong, lalu narasumber mencoba menambah produk baru yaitu keripik pisang sampai akhir tahun 2019, Ketika memasuki tahun 2020 narasumber menambah produk baru empek-empek dan coklat, lalu awal 2021-2022 menambah produk/ snack yang lain, dan akhirnya di tahun 2022 sudah ada perkembangan yang cukup pesat, kurang lebih samapi saat ini ada 120-150 makanan/ snack. Awal muasal nama toko “Nabila” diambil dari anak pertama narasumber, jadi terinspirasi dari anak pertama narasumber

**Suasana Toko “Neng Nabila Snack”**



Gambar 1. Analisa SWOT Pada Bisnis Toko Oleh-Oleh Neng Nabila Snack

Bisnis toko oleh-oleh merupakan salah satu jenis usaha yang memiliki prospek yang cukup menjanjikan. Hal ini dikarenakan oleh adanya kebutuhan masyarakat untuk membeli oleh-oleh sebagai buah tangan atau hadiah bagi orang terkasih setelah berkunjung ke suatu tempat. Untuk dapat menjalankan bisnis toko oleh-oleh yang sukses, diperlukan pemahaman yang mendalam tentang potensi bisnis tersebut, baik dari segi internal maupun eksternal. Salah satu cara untuk melakukan hal tersebut adalah dengan melakukan analisis SWOT.

Berikut adalah analisis SWOT pada bisnis toko oleh-oleh Neng Nabila Snack:

1. Kekuatan (Strengths)

Produk yang unik dan menarik.

Toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack” memiliki produk yang unik dan menarik untuk ditawarkan kepada konsumen. Produk tersebut berupa makanan ringan yang murah meriah dan rasa bumbu makanan yang memiliki ciri khas dari daerah tersebut.

Lokasi yang strategis. Lokasi nya strategis, mudah di jangkau karena posisi took yang berada di pinggir jalan jadi mudah untuk di temukan.

Layanan yang ramah dan memuaskan, membuat toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack” digemari di daerah tersebut.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Persaingan yang ketat, karena di daerah cikadut cukup banyak yang menjual makanan ringan atau oleh-oleh.

Toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack” hanya mempekerjakan pekerja dari keluarga saja, jadi jika ada keperluan keluarga toko tutup, sehingga pelanggan merasa sedih.

3. Peluang (Opportunities)

Adanya media sosial. Media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan bisnis toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack”. Hal ini dikarenakan oleh banyaknya pengguna media sosial yang dapat menjadi target pasar.

Kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi dapat membantu pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya, misalnya dengan menggunakan sistem penjualan online.

4. Ancaman (Threats)

Perubahan ekonomi. Perubahan ekonomi, seperti krisis ekonomi, dapat berdampak negatif terhadap bisnis toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack”. Hal ini dikarenakan oleh menurunnya daya beli masyarakat.

Adanya pesaing baru. Pesaing baru selalu muncul seiring dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, pengusaha harus selalu waspada dan siap menghadapi persaingan

## TEMUAN

Dalam menjalankan bisnisnya, pemilik Toko Oleh- Oleh “Neng Nabila Snack” saat ini selalu melakukan evaluasi terkait perkembangan usahanya terlebih dalam menghadapi gempuran pesaing yang semakin massif serta perubahan perilaku konsumen saat ini. Beberapa hal yang dilakukan pemilik Toko Oleh- Oleh Neng Nabila Snack dalam strategi bisnisnya antara lain:

1. Melakukan inovasi produk.

Pemilik Toko melakukan inovasi produk secara berkala agar produknya tetap menarik dan mengikuti perkembangan selera konsumen.

2. Melakukan promosi yang efektif.

Pemilik Toko melakukan promosi yang efektif agar bisnisnya dapat dikenal oleh lebih banyak orang. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengadakan promo diskon pada tanggal tertentu serta propo beli 2 gratis 1.

3. Meningkatkan kualitas layanan.

Pemilik Toko selalu melakukan evaluasi pada karyawannya dalam kualitas layanannya agar konsumen merasa puas dan nyaman serta selalu melakukan kontrol terhadap kualitas produk yang di jual agar selalu *fresh* dan tidak *expired*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan laporan penelitian secara langsung di lapangan, Toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack” dikawasan Cikadut, Bandung, sangat memuaskan karena pelayanan yang ramah dan lokasi yang mudah untuk di temukan. Dan dukungan keluarga sangat baik untuk menjalankan wirausaha baik yang sudah menikah maupun yang belum menikah, perempuan mampu menyeimbangkan antara peran dikeluarga dengan kegiatan wirausaha.

Saran untuk toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack” adalah, penambahan karyawan yang bukan keluarga, dikarenakan jika ada keperluan keluarga mendadak, toko menjadi tutup dan akan membuat pelanggan tetap berpaling ke toko lain. Jika ada karyawan selain keluarga Toko pasti buka dan pengganggangan tetap tidak pergi. Dan saran terakhir, Toko oleh-oleh “Neng Nabila Snack” membuat cabang lain di sekitar tempat wisata, supaya merasakan rasa khas Bandung dikenal di tempat lain.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa. Karena berkat,kasih dan karunia serta mukjizat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Artikel kewirausahaan dengan judul “PERAN INOVASI PRODUK DAN PROSES DALAM KESUKSESAN TOKO OLEH-OLEH “NENG NABILA SNACK” DI CIKADUT, BANDUNG”

Dengan selesainya artikel ini, bukanlah menjadi sebuah akhir, melainkan suatu awal yang baru untuk memulai petualangan hidup yang baru.

Penulis menyadari betul bahwa ada orang-orang yang berjasa dibalik selesainya artikel ini.

Tidak ada persembahan terbaik yang dapat penulis berikan selain rasa ucapan terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu kami sebagai penulis.

Secara khusus, penulis mengucapkan terimakasih kepada (Indri Ferdiani Suarna, S.Pd.,M.M.) selaku dosen pembimbing jalannya artikel ini, yang telah sabar meluangkan waktu,merelakan tenaga dan pikiran serta turut memberi perhatian dalam memberikan pendampingan selama proses penulisan artikel ini.

Terimakasih juga kepada (toko oleh-oleh “neng nabila snack” di cikadut, bandung) atas diberikannya kesempatan untuk dapat melakukan penelitian di took tersebut.

Segala kekurangan dan ketidaksempurnaan artikel ini, penulis sangat mengharapkan masukan, kritikan, dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan artikel kewirausahaan ini.

Cukup banyak kesulitan yang penulis alami dalam penyusunan artikel ini, tetapi Puji Tuhan dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Tuhan yang maha esa. Amin.

Bandung, 04 Januari 2024

Penulis

**DAFTAR PUSTAKA**

<https://www.researchgate.net/publication/366236053> *Meningkatkan Keterlibatan Perempuan Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Pengetahuan Khas Perempuan Kota Kendari*

<https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all>

<https://www.gramedia.com/best-seller/inovasi-produk/#:~:text=Secara%20umum%2C%20inovasi%20produk%20adalah,tidak%20selalu%20berkaitan%20dengan%20produk.>

(Marthalina, 2018) Pemberdayaan Perempuan dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

<https://unusa.ac.id/2023/04/06/inovasi-dan-adaptasi-kunci-sukses-umkm-indonesia-di-era-pasar-bebas/>

(Raynanda Ramadhan, 2021) Pengaruh Manajemen dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah