

Kapabilitas Owner Berbasis Aglie Leadership Dalam Pengembangan Inovasi Produk UMKM Tapis Lampung

Mieke Rahayu^{1,*}, Helmita²

¹ Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

² Universitas Mitra Indonesia

¹miekerahayu@darmajaya.ac.id,²mitahelmita@umitra.ac.id

Abstract

The capability of the owner based on aglie leadership in the development of MSME product innovation weaving tapis lampung is intended so that MSME owners have aglie leadership in the development of MSME product innovation in Lampung filter. Based on the results of the interview, it shows that these MSMEs have not yet developed innovative MSME products in Lampung. This condition causes the Lampung filter weaving products produced by MSMEs to be less in demand, especially the millennial generation, so that the filter weaving products produced are less sold in the market. The implementation method carried out is counseling in the form of lectures, tutorials, questions and answers, and mentoring. After counseling and mentoring, MSME players can develop innovative MSME products weaving in Lampung, and MSME players do marketing through social media accounts that are loved by the community so that they can expand the marketing of MSME products and further develop these MSMEs.

Keywords: Capability, Aglie Leadership, Product Innovation, MSMEs

Abstrak

Kapabilitas owner berbasis aglie leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung dimaksudkan agar owner UMKM memiliki aglie leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tapis Lampung. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa UMKM tersebut belum melakukan pengembangan inovasi produk UMKM tapis lampung. Kondisi inilah menyebabkan produk tenun tapis lampung hasil UMKM kurang peminatnya terutama generasi milenial, sehingga produk tenun tapis yang dihasilkan kurang laku terjual di pasaran. Metode pelaksanaan yang dilakukan yaitu penyuluhan dalam bentuk ceramah, tutorial, tanya jawab, dan pendampingan. Setelah dilakukannya penyuluhan dan pendampingan, pelaku UMKM dapat mengembangkan inovasi produk UMKM tenun tapis lampung, serta pelaku UMKM melakukan pemasaran melalui akun media sosial yang diminati masyarakat sehingga dapat memperluas pemasaran produk UMKM serta semakin berkembang UMKM tersebut.

Kata kunci: Kapabilitas, Aglie Leadership, Inovasi Produk, UMKM

1. Pendahuluan

UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Utamanya terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat dan jumlah lapangan kerja yang diciptakan oleh Usaha Kecil mikro dan Menengah (UMKM) tersebut. Selain fakta bahwa UMKM memiliki kepentingan strategis dalam pembangunan, UMKM juga berperan sebagai pemerataan hasil pembangunan yang telah dicapai selama ini. Jumlah usaha kecil, menengah, dan mikro di Indonesia berkembang pesat dan dapat menyerap hingga 95,5% dari total tenaga kerja. Akan tetapi, pesatnya pertumbuhan jumlah usaha kecil mikro dan menengah tersebut tidak berbarengan dengan peningkatan jumlah penjualan produk hasil UMKM. Faktanya UMKM hanya dapat bertahan untuk jangka waktu tertentu, lalu kemudian bangkrut karena penjualan produk UMKM yang tidak banyak laku di pasaran, hal ini menjadi penyebab berhentinya aktivitas produksi. Apalagi saat ini, Covid-19 mewabah di Indonesia, menyebabkan banyak kematian. Wabah Covid19 sangat mempengaruhi perekonomian, termasuk jenis usaha yang tergolong UMKM. Aturan yang diterapkan pemerintah dengan Sistem pembelajaran online, bekerja dari rumah dan lembaga pendidikan serta pembatasan aktivitas jual beli berdampak pada keberlangsungan UMKM. Banyak usaha kecil, mikro dan menengah yang tutup karena terkendala dalam menjual produknya, terutama yang hanya melakukan transaksi di tingkat lokal. Oleh karena itu diperlukannya seorang owner yang memiliki jiwa agile leadership dalam menjalankan UMKM agar tetap terus bertahan di tengah badai pandemi yang menimpa Indonesia.

Kondisi pandemi Covid-19 (Corona Virus Disease 2020) membuat banyak perusahaan mengalami kesulitan dan harus bertahan di situasi krisis. Penyebaran Covid-19 saat ini cukup dapat terkendali, saat ini telah memasuki fase endemik dimana masyarakat dapat hidup berdampingan dan tetap selalu harus menjaga kesehatannya, karena hal itu tiap organisasi usaha perlu memperbaiki diri sebaik mungkin untuk mempertahankan bisnisnya dengan cara meningkatkan kemampuan dalam menghadapi krisis. Salah satu kemampuan yang diperlukan dalam kondisi krisis adalah cekatan/agility. Agile leadership / pemimpin yang memiliki gaya fleksibel dalam memimpin, dapat membangun tim, berkompeten menjadi pemimpin yang memiliki kecekatan, dapat beradaptasi disemua kondisi, dapat cepat tanggap untuk menangani berbagai kesulitan ataupun peluang yang datang dianggap lebih mampu bertahan dalam situasi krisis seperti saat ini.

Peran pemimpin dalam organisasi sangat penting karena menyusun strategi dan metode kerja serta menentukan arah dan gerak organisasi. Apalagi di saat krisis ini, ketika dunia bisnis penuh dengan ketidakpastian. Ketika UMKM yang agile lebih berpeluang untuk bertahan di masa krisis, maka dapat dikatakan bahwa UMKM membutuhkan manajer yang juga agile (pemimpin yang gesit). Munculnya agile leaders / pemimpin-pemimpin yang gesit dan tangkas tentunya menjadi harapan bagi banyak pelaku bisnis. Agilitas / ketangkasan merupakan aspek-aspek yang dimiliki dalam diri individu tentunya terbentuk melalui proses respons terhadap lingkungan sekitar. Usaha lingkungan terdekat pada situasi kerja tentunya para bawahan atau anggota tim yang dipimpinya.

Dalam manajemen bisnis, kemampuan atau kapabilitas (capabilities) mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberdayakan sumber dayanya untuk mencapai tujuan. Beberapa sumber daya, seperti ekuitas merek dan reputasi, tidak berkontribusi pada penciptaan nilai ketika perusahaan tidak dapat memaksimalkannya (Wijaya et al., 2022). Amir dalam (Wijaya et al., 2022) Kapabilitas ialah kemampuan mengeksplorasi secara baik sumber daya yang dimiliki dalam diri maupun di dalam organisasi, serta potensi diri untuk menjalankan aktivitas tertentu ataupun serangkaian aktivitas. Ibarat individu, belum tentu seorang yang memiliki bakat, misalnya pemain piano bisa bermain piano dengan baik. Ini sangat ditentukan dengan bagaimana ia mengembangkannya dengan latihan, dan belajar.

Robbins dalam (Adiputra & Mandala, 2017) mengatakan tingkat kerja pegawai akan sangat tergantung pada faktor kemampuan pegawai itu sendiri seperti tingkat pendidikan, pengetahuan, pengalaman dimana dengan tingkat kemampuan yang semakin tinggi akan mempunyai kinerja semakin tinggi pula. Dengan demikian tingkat pendidikan, pengetahuan dan pengalaman yang rendah akan berdampak negatif pada kinerja pegawai.

Romijn & Albaladejo dalam Mieke Rahayu (2020) Ada tujuh dimensi atau faktor pendukung dalam membangun kapabilitas inovasi suatu perusahaan yaitu kapabilitas sumberdaya manusia, penggunaan teknologi, interaksi dan komunikasi dengan pihak luar, kapabilitas pemasaran, pengembangan produk baru, kapabilitas produksi dan operasi, serta riset dan pengembangan

1. Kapabilitas sumberdaya manusia

Inovasi mungkin merupakan kunci kesuksesan organisasi, akan tetapi tenaga kerja yang mempunyai skill yang tinggi merupakan faktor yang penting untuk inovasi. Program pelatihan adalah metoda utama yang digunakan untuk meningkatkan skill tenaga kerja

2. Penggunaan Teknologi

Peran teknologi yang sedemikian penting dalam suatu perusahaan berimplikasi pada kebutuhan guna mengembangkan strategi teknologi dalam perusahaan. teknologi merupakan sumber daya yang penting dalam organisasi yang perlu dikelola dengan baik, karena teknologi merupakan fungsi bisnis yang mendasar. Teknologi

akan dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan kompetensi pembeda (*distinctive competence*) yang memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan produk yang lebih baik dari pesaingnya

3. Interaksi dan komunikasi dengan pihak luar

Inovasi akan muncul apabila terjadi interaksi dan komunikasi yang intensif antara perusahaan dengan lingkungannya, Interaksi dan komunikasi dengan lingkungan eksternal merupakan bentuk interaksi dan komunikasi perusahaan dengan konsumen, supplier, pesaing, institusi R&D eksternal dan Asosiasi Industri (Romijn, et al., dalam Mieke Rahayu 2020)

Moenir dalam (Wijaya et al., 2022) mengatakan terdapat 3 jenis kapabilitas/ kemampuan dasar yang harus dimiliki untuk mendukung seseorang dalam melakukan pekerjaan atau tugas, sehingga tercapai hasil yang maksimal, yaitu :

1. Technical Skill (Kemampuan Teknis)

Adalah pengetahuan dan penguasaan kegiatan yang bersangkutan dengan cara proses dan prosedur yang menyangkut pekerjaan dan alat-alat kerja

2. Human Skill (Kemampuan bersifat manusiawi)

kemampuan untuk bekerja dalam kelompok suasana di mana organisasi merasa aman dan bebas untuk menyampaikan masalah

3. Conceptual Skill (Kemampuan Konseptual)

kemampuan untuk melihat gambar kasar untuk mengenali adanya unsur penting dalam situasi memahami di antara unsur-unsur itu.

Inovasi Produk adalah sebuah upaya yang dilakukan suatu bisnis untuk mengembangkan, memperbaiki, menyempurnakan, serta meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi terbaru pada suatu produk sehingga menambah nilai, manfaat, ataupun fungsi dari produk yang dikembangkan (Wijaya et al., 2022). Banyak strategi yang dapat dilakukan, contohnya mengambil feedback dari pelanggan, mengamati kekurangan kompetitor, melakukan kombinasi dari produk yang sudah ada, atau menemukan produk yang belum ada di pasaran. Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga meningkatkan minat beli. Keputusan pembelian dari konsumen menjadi tujuan akhir inovasi produk.

Manfaat utama dari inovasi produk yaitu untuk meningkatkan dan mempertahankan market share. Inovasi merupakan salah satu bagian penting dari pemasaran, maka dari itu inovasi produk wajib dilakukan oleh setiap pemilik bisnis. Inovasi produk yang sukses membutuhkan keserasian antara proses dan kebutuhan masyarakat (Rofaida et al., 2020). Perusahaan yang menciptakan inovasi produk sudah pasti memiliki tujuan penting. Namun secara garis besar, tujuan dari inovasi produk adalah mempertahankan perusahaan agar tetap mampu meningkatkan penjualan dengan berbagai perubahan yang ada. Selain itu, inovasi produk juga dapat membantu bisnis terus bertahan dari tekanan kompetitor dan perkembangan pasar yang sangat ketat seperti sekarang ini.

Teknologi yang terus berkembang menuntut setiap bisnis untuk terus berinovasi dan beradaptasi. Mereka yang tidak melakukan inovasi, lambat laun akan digerus oleh pasar, ditinggal oleh pelanggan dan akhirnya mati. Inovasi produk tidak harus mencakup penciptaan produk yang sama sekali baru untuk memecahkan masalah yang sama sekali baru (Mulyana & Sutapa, 2014). Dengan kata lain, peningkatan kualitas dan fungsionalitas produk yang ada dapat mengarah pada inovasi. Inovasi produk mutlak perlu dikembangkan dengan berbagai manfaat dan dampak positif yang signifikan. Produk yang mengalami inovasi dihargai oleh pelanggan untuk menarik lebih banyak konsumen dan menghasilkan keuntungan ganda

Strategic agility atau strategi yang produktif mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menunjukkan kapasitas untuk beradaptasi, fleksibel dan kreatif dan untuk meramalkan guncangan tak terduga di dalam dan di luar lingkungan bisnis di mana mereka beroperasi dan meresponsnya secara proaktif, cepat, dan efektif, sedemikian rupa sehingga ancaman diubah menjadi peluang (Munawar et al., 2022). Hal itu merupakan kemampuan perusahaan dalam menangani kejadian yang tidak terduga dan tidak diketahui yang melampaui risiko normal yang dihadapi oleh perusahaan di lingkungan bisnis. Pada intinya, strategic agility membutuhkan pengembangan penginderaan strategis dan pengambilan keputusan yang cepat (Ahammad et al.,) dalam (Kusumawati & Arizqi, 2021) Perusahaan yang dapat menanggapi tekanan lingkungan dengan mengembangkan strategic agility mampu meningkatkan kinerjanya. Secara khusus, strategic agility dapat membantu UMKM untuk beradaptasi di pasar, memanfaatkan peluang, serta mengatasi tantangan yang mengakibatkan meningkatkan kinerjanya (Ahammad et al., 2021) dalam (Kusumawati & Arizqi, 2021). Namun demikian, berdasarkan penelitian yang dilakukan Shin et al. (2015) menemukan bahwa strategic agility tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada UKM di Korea Selatan.

Kapabilitas inovasi dideskripsikan sebagai kapabilitas internal yang bertujuan menggambarkan faktor-faktor penentu yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mencapai inovasi secara terus menerus dan memberikan

nilai tambah bagi perusahaan dan pemangku kepentingan. Terdapat beberapa aspek yang termasuk dalam kapabilitas inovasi, diantaranya adalah kepemimpinan partisipatif, ide, iklim kerja, pengembangan pengetahuan, regenerasi, pengetahuan eksternal, dan aktivitas individu (Minna, 2014) dalam (Munawar et al., 2022). kapabilitas inovasi dapat melakukan modifikasi sumber daya menjadi penawaran yang inovatif dan memiliki keunikan. Selain itu, UMKM yang memiliki kapabilitas inovasi dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi produksi sehingga mengurangi biaya produksi dan pada akhirnya akan meningkatkan kinerjanya (Munawar et al., 2022).

Perkembangan UMKM di kalangan masyarakat sangat pesat, hal ini sejalan dengan kemajuan teknologi dan besarnya permintaan pasar terhadap jenis barang tertentu. Contohnya tenun tapis yang menjadi ciri khas provinsi Lampung yang menjadi identitas masyarakat adat Lampung. Kain tenun tapis Lampung digunakan dalam acara-acara besar dan acara adat Lampung. Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Lampung. Secara geografis kabupaten Pesawaran ini terletak di dataran rendah. Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu Kabupaten yang di kelilingi keindahan persawahan, serta hasil bumi lainnya, selain itu Kabupaten Pesawaran merupakan salah satu kabupaten yang banyak masyarakatnya menjadi pengrajin kain tenun tapis Lampung. Terdapat 11 kecamatan di Kabupaten Pesawaran, ada beberapa desa yang masyarakatnya banyak menjadi pengrajin tenun tapis Lampung, yaitu desa Negeri Katon, Pujorahayu, Kagungan Ratu.

(Adiputra & Mandala, 2017) mengemukakan bahwa kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi bervariasi tergantung pada sektor usaha, ukuran perusahaan, fokus, sumber daya dan lingkungan bisnis di mana perusahaan tersebut beroperasi. perusahaan yang lebih besar lebih inovatif dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil, karena memiliki kemudahan lebih pada akses pembiayaan, dapat menyebarkan biaya tetap inovasi pada volume penjualan yang lebih besar, manfaat yang diperoleh dari economies of scale, dan saling melengkapinya (complementarities) antara riset dan pengembangan dengan aktivitas-aktivitas yang lain dalam perusahaan. Sedangkan waktu menjadi faktor yang penting untuk dipertimbangkan dalam proses membangun kapabilitas inovasi, merujuk pada lamanya operasional perusahaan mulai berdirinya perusahaan sampai penelitian ini dilakukan.

Agile leadership merupakan model kepemimpinan yang mampu menavigasi organisasi untuk lebih adaptif, gesit, produktif, dan siap dalam menghadapi situasi. Sosok agile leader tidak hanya berpaku pada solusi. Untuk dapat menerapkan agility dalam sistem kepemimpinan, seorang pemimpin harus memiliki mental agility dan pola pikir agile. Yang dimaksud dengan pola pikir agile adalah dapat menghormati seluruh anggota tim, memberikan peningkatan dalam pembelajaran, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan, komitmen dan transparansi

Agile leadership secara umum adalah kepemimpinan yang mampu menavigasi organisasi lebih adaptif, produktif, dan unggul dalam segala situasi. *Agile leadership* adalah gaya kepemimpinan gesit yang berbeda dari model manajemen tradisional, karakteristik yang paling terlihat adalah kecepatan dan *fleksibilitas*. Gaya kepemimpinan ini lebih menekankan pada kolaborasi, bukan perintah. Manajer atau pemimpin organisasi bekerja menjalankan prinsip melayani anggota tim maupun pelanggan, bukan mengatur dan mengendalikan (Zakaria et al., 2022). Kepemimpinan tradisional membuat prediksi dan perencanaan jangka panjang, sedangkan *agile leadership* lebih fokus pada penyediaan visi, arah, dan strategi organisasi. Manajemen gesit tidak mengontrol pekerjaan dan penugasan, melainkan membina tim dan organisasi untuk menjadi mandiri.

Agile Leadership merupakan sebuah pendekatan dalam kepemimpinan yang bertujuan untuk menciptakan organisasi yang responsif, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan dinamis. Kepemimpinan yang tangkas menggabungkan aspek-aspek dari metodologi 'Agile' dalam pengembangan perangkat lunak dengan prinsip-prinsip manajemen modern yang berfokus pada kreativitas, kolaborasi, dan tanggung jawab bersama (Maulia, 2022). Pemimpin agile membiarkan orang yang paling dekat dengan masalah untuk mencari solusi yang tepat, sehingga pemecahan masalah tidak lagi terpusat di atas. Mereka juga memotivasi orang lain melalui pemberian otonomi, kewenangan, dan tujuan, bukan lagi mengandalkan pada insentif ekstrinsik seperti kenaikan gaji, bonus, dan promosi jabatan.

Agile leadership memiliki berbagai karakteristik yang sangat menonjol dibandingkan dengan karakteristik kepemimpinan lainnya (Kusumawati & Arizqi, 2021). Karakteristik agile leadership dapat dibagi sebagai berikut :

1. Kepemimpinan Berdasarkan Kemitraan

Kepemimpinan berdasarkan kemitraan mengacu pada cara seorang pemimpin bekerja dengan timnya. Dalam kepemimpinan agile, seorang pemimpin harus mampu membangun hubungan yang kuat dengan anggota timnya dan bekerja sama secara erat. Seorang pemimpin harus mendengarkan pandangan dan ide-ide timnya serta mempertimbangkan masukan mereka saat membuat keputusan

2. Kepemimpinan Berdasarkan Kolaborasi

Kepemimpinan berdasarkan kolaborasi adalah aspek penting dari kepemimpinan agile. Seorang pemimpin harus mampu memfasilitasi kerja sama dan komunikasi yang baik antara anggota tim. Dalam kepemimpinan agile, pemimpin harus memastikan bahwa tim mampu bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang sama.

3. Kepemimpinan Berbasis Hasil dan Orientasi pada Klien

Kepemimpinan berdasarkan hasil dan orientasi pada klien adalah karakteristik lain dari kepemimpinan agile.

Seorang pemimpin harus mampu mengarahkan timnya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan klien. Seorang pemimpin juga harus mampu memonitor dan mengevaluasi kinerja tim untuk memastikan bahwa hasil yang dihasilkan telah memenuhi standar yang diharapkan.

Kehadiran UMKM diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat, terutama dalam upaya mengatasi permasalahan yang sering mereka hadapi, seperti tingginya angka kemiskinan, tingginya angka pengangguran, dan kesenjangan distribusi pendapatan yang tidak merata serta aspek yang relevan tidak baik. Peran UMKM di Indonesia adalah bekerjasama dengan pemerintah untuk mengurangi tingkat pengangguran yang meningkat, mengatasi kemiskinan dengan membantu yang kurang mampu, dan meningkatkan kehidupan mereka yang memiliki keterbatasan ekonomi untuk menciptakan pendapatan yang merata. Meningkatnya kemiskinan selama krisis ekonomi akan berdampak positif pada pertumbuhan output di sektor UMKM. Perkembangan dan pertumbuhan UMKM merupakan salah satu pendorong utama pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di banyak negara di dunia.

UMKM tenun tapis Lampung merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Pesawaran provinsi Lampung yang berhasil bertahan di masa pandemi Covid-19. Namun UMKM ini memiliki permasalahan dalam kapabilitas owner tenun tapis sebagai aglie leadership. Sehingga solusi yang dapat penulis tawarkan melalui kegiatan pengabdian ini yaitu pemberian pemahaman dan pendampingan secara berkelanjutan mengenai Kapabilitas owner berbasis aglie leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tapis Lampung. Adapun maksud dan tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini yaitu untuk membantu UMKM tenun tapis dalam mengembangkan inovasi produknya. Hasil yang diharapkan yaitu pelaku usaha memahami dan dapat mengaplikasikan secara langsung strategi yang telah diberikan, sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat semakin dikenal oleh masyarakat luas dan pendapatan UMKM semakin meningkat.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian pada masyarakat ini menggunakan metode pelatihan, pendampingan, serta konsultasi. Aktivitas tersebut dengan tujuan guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam mengelola dan mengembangkan UMKM dengan lebih efektif. Selanjutnya metode pendampingan serta konsultasi dilaksanakan bersama tim dan mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mitra Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Lampung, selama lima hari. Setelah mendata semua UMKM, tahap selanjutnya adalah menentukan UMKM yang akan dijadikan sasaran pengabdian dengan kriteria sebagai berikut: UMKM yang sudah berdiri minimal 1 tahun, UMKM memiliki tenaga kerja 5 - 10 orang, UMKM memiliki catatan pembukuan minimal pembukuan tunggal, UMKM yang khusus mengalami kendala dalam berinovasi produk UMKM, serta UMKM yang mengalami penurunan kinerja usaha (pendapatan usaha). Metode jaringan kemitraan dilakukan untuk membangun jaringan bisnis yang luas dan kemitraan yang saling menguntungkan, dengan melibatkan penyediaan akses UMKM ke infrastruktur dan teknologi yang diperlukan dalam meningkatkan daya saing (Helmita et al., 2023)

Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih beberapa UMKM sebagai khalayak sasaran guna dilakukan penyuluhan dan pendampingan data peserta pendampingan dan penyuluhan pada kegiatan pengabdian ini sebanyak 12 UMKM tenun tapis Lampung

Aktivitas penyuluhan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dilakukan dengan teknik sebagai sebagai berikut:

1. Team penyuluh menyampaikan materi yang terdiri dari kapabilitas owner berbasis aglie leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tapis Lampung.
2. Team pengabdian pada masyarakat menawarkan bantuan dalam pengembangan inovasi produk UMKM tapis Lampung pada pelaku UMKM agar produk yang dihasilkan memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri dibandingkan kompetitor produk tapis Lampung lainnya.

Setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pendampingan, sebanyak 37 peserta yang hadir akan diminta untuk mengisi kuesioner umpan balik yang diberikan. Hasil dari kuesioner tersebut selanjutnya akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan dievaluasi oleh tim pelaksana

3. Hasil Dan Pembahasan

Kegiatan yang telah dilakukan tim pelaksana bersama mitra terurai sebagai berikut:

1. Pelatihan

Pelatihan dilakukan pada tanggal 06 Februari 2023 dengan peserta sebanyak 37 orang yang terdiri dari 12 UMKM

pengrajin tenun tapis lampung. Kegiatan ini dimulai pukul 09.00 sampai 13.00. Materi yang disampaikan yaitu: 1) Aglie Leadership; 2) Kapabilitas owner UMKM; 3) pengembangan inovasi produk UMKM oleh Ibu Mieke Rahayu dan ibu Helmita, beserta beberapa mahasiswa.

Para pelaku UMKM yang terpilih untuk Advice and Mentoring Day berasal dari berbagai latar belakang. Beberapa peserta masih relatif muda. Dari segi tingkat pendidikan, sebagian besar dari mereka lulusan SMA sederajat. Kegiatan konseling dan pendampingan diselenggarakan melalui berbagai kegiatan antara lain: Pemberian materi, diskusi serta evaluasi.

Selanjutnya, tim penyuluh memberikan penjelasan terkait penyebab UMKM kurang berkembang di Kabupaten Pesawaran serta bagaimana cara mengatasinya. Salah satu komponen penting dalam pengembangan inovasi produk UMKM adanya sinergi antara pemerintah, pelaku UMKM serta masyarakat selaku konsumen UMKM. Ketua tim memaparkan hasil wawancara serta analisis pengembangan inovasi produk UMKM yang menjual hasil produksi harus memperhatikan beberapa hal, yaitu: 1) kapabilitas sumber daya manusia, 2) penggunaan teknologi, 3) interaksi dan komunikasi, 4) kemampuan teknis, 5) human skill, 6) konseptual skill. Pemerintah dan pemerintah daerah memiliki peran untuk memfasilitasi dalam pengembangan inovasi produk UMKM dari beberapa sisi, meliputi: 1) produksi dan pengolahan, 2) pemasaran, 3) sumber daya manusia, 4) desain dan teknologi. Kemudian dijelaskan juga bahwa dalam melakukan pengembangan inovasi produk UMKM perlu adanya peran serta aktif baik dari dunia usaha maupun masyarakat. Hal ini merupakan pengetahuan utama bagi pelaku UMKM dalam kapabilitas owner berbasis aglie leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung.



Gambar 1. Tenun Tapis Jenis Selendang

Sejalan dengan berkembangnya inovasi produk UMKM dewasa ini, tantangan dan persaingan semakin meningkat dalam merebut posisi pasar, owner UMKM harus dapat melatih sumber dayanya secara efektif dan efisien agar produk UMKM mendapatkan keunggulan bersaing. Setiap pelaku UMKM diharapkan mampu mengembangkan dan mengimplementasikan pengembangan inovasi produk UMKM guna bersaing, termasuk membuat ciri khas atau keunikan dari produk tenun tapis yang dihasilkan. Aglie leadership diharapkan mampu mengelola sumber daya manusia guna menciptakan pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung, sehingga semakin diminati oleh khalayak serta anak muda menyukai produk yang menjadi icon provinsi Lampung.

Pengembangan inovasi produk tenun tapis saat ini lebih efektif dengan mengandeng pengrajin yang berasal dari generasi milenial karena generasi milenial memahami apa yang sedang diminati anak muda jaman sekarang, hal ini perlu dilakukan untuk pengembangan inovasi produk tenun tapis agar lebih diminati generasi muda, dan juga pemasaran/ pengenalan produk tenun tapis melalui digital marketing yang merupakan usaha mempromosikan brand image melalui media digital dimana memiliki potensi menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, serta relevan. Kapabilitas owner berbasis *aglie leadership* dalam pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung bertujuan menarik perhatian calon pelanggan dari berbagai kalangan termasuk kalangan anak muda, hal ini dilakukan guna memasarkan produk tenun tapis dengan menggunakan media sosial/ dalam berinteraksi bagi penjual dan pelanggan melalui pemanfaatan media elektronik dalam mempromosikan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Produk hasil pengembangan inovasi tenun tapis di pasarkan melalui Komunikasi pemasaran yang dapat digunakan dalam mempromosikan hasil UMKM seperti social media marketing content marketing, branding, web design, TikTok, dan lainnya. Akan tetapi, nyatanya penenun yang bekerja di galeri tenun tapis Lampung masih di dominasi oleh ibu - ibu yang berusia lanjut, hal ini menyebabkan belum maksimalnya pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis lampung.

Pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung mampu membantu pelaku UMKM dalam menghasilkan produk tenun tapis yang lebih modern. Inovasi produk tenun tapis dewasa ini sangat dibutuhkan

karena semakin sedikitnya peminatan dalam penggunaan produk tenun tapis Lampung, sehingga owner/ pelaku UMKM harus membuat inovasi produk tenun tapis agar lebih menarik dan terkesan modern sehingga diminati oleh generasi milenial. Pengembangan inovasi produk tenun tapis bertujuan agar produk UMKM yang dihasilkan dapat diterima dan diminati oleh khalayak sasaran pasar terutama generasi muda, sehingga pelaku UMKM juga memanfaatkan sumber daya teknologi guna memperkenalkan serta memasarkan produk tenun tapis Lampung. Manfaat digital marketing bagi UMKM yaitu dapat terhubung pada konsumen lebih mudah secara online, perubahan metode penjualan dapat meningkatkan target penjualan produk UMKM, biaya pemasaran relatif efisien, pelayanan terhadap konsumen secara real time. Produk hasil pengembangan inovasi tenun tapis Lampung di pasarkan dengan memanfaatkan digital marketing yang menggunakan pengetahuan masyarakat mengenai teknologi dengan harapan dapat meningkatkan market share penjualan produk UMKM menjadi lebih luas. Sosialisasi Pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis perlu dilakukan guna menarik peminat generasi muda serta pemanfaatan media sosial guna memasarkan inovasi produk tenun tapis menjadi hal utama karena memberi pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai cara serta tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Kendala yang ditemui pada saat memberikan penyuluhan masih terdapat peserta yang belum bisa memahami materi yang disampaikan terkait kapabilitas owner berbasis agile leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung. Dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat peserta sangat antusias. Kegiatan yang dilakukan tidak hanya penyuluhan akan tetapi dilanjutkan pendampingan. Pendampingan dilakukan agar materi yang disampaikan lebih bisa dipahami serta diimplementasikan. Tim memberikan tutorial cara pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis dengan cara mengundang generasi muda dalam hal ini diwakilkan mahasiswa milenial sehingga owner/ pelaku UMKM memahami keinginan generasi muda sehingga generasi muda lebih menyukai produk tenun tapis yang telah di kombinasi dan di desain sesuai selera generasi muda.

Owner/ pelaku UMKM diberikan kebebasan dalam mengembangkan inovasi produk tenun tapis Lampung agar lebih terkesan modern. Setelah penyampaian materi, tim penyuluh memberikan beberapa pertanyaan untuk mengevaluasi pemahaman peserta pelatihan. Berdasarkan jawaban yang disampaikan oleh peserta dapat disimpulkan bahwa peserta sudah memahami desain dalam mengembangkan inovasi produk UMKM tenun tapis yang dimilikinya melalui implementasi desain inovasi produk tenun tapis yang lebih modern.

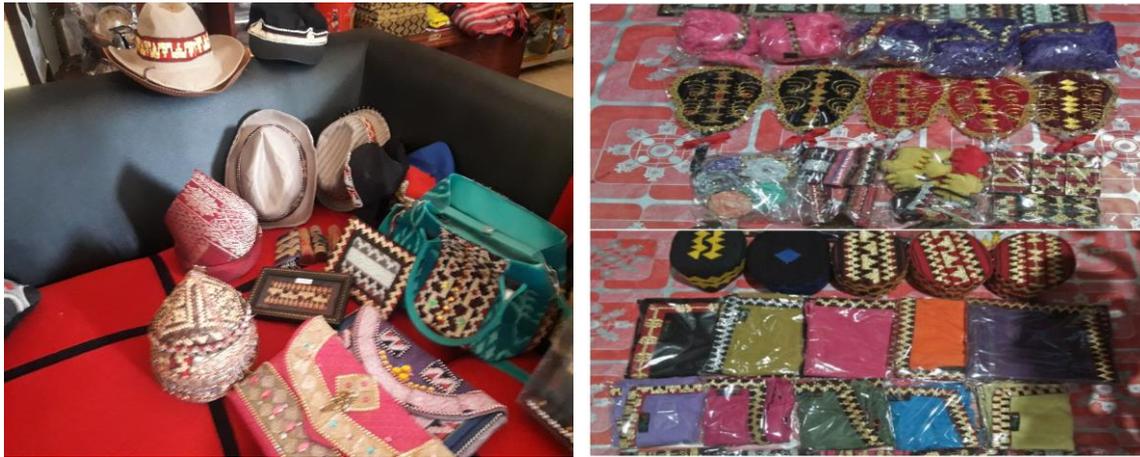
2. Pendampingan dan pengembangan inovasi produk UMKM

Pendampingan ini berlangsung selama 3 bulan, pendampingan dilakukan mahasiswa dengan cara menjadi model contoh penggunaan desain inovasi produk tenun tapis modern, dan mempromosikan produk UMKM tenun tapis Lampung melalui media sosial. Hal yang perlu dilakukan setelah dilakukannya pendampingan dilanjutkan evaluasi. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan, didapati bahwa seluruh peserta sudah memahami dan dapat mengaplikasikan secara langsung strategi owner/ pelaku UMKM agile leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung, hal ini dapat dibuktikan dengan berhasilnya pembuatan desain produk tapis yang lebih modern, serta owner membuat akun media sosial Instagram UMKM dan meng-Upload produk yang telah di produksi.

3. Evaluasi kegiatan

Dari hasil pelatihan dan pendampingan kapabilitas owner berbasis agile leadership dalam pengembangan inovasi produk UMKM tapis Lampung. Hal ini dilakukan guna peningkatan kapabilitas owner dalam beradaptasi di semua kondisi serta cepat tanggap dalam menghadapi kesulitan ataupun peluang yang ada, serta mampu melakukan pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung.

Pelatihan dilakukan kepada owner beserta beberapa karyawan UMKM. Antusias yang ditunjukkan peserta mendukung tim pelaksana dalam memberikan materi dan membantu dalam mengembangkan inovasi produk tenun tapis Lampung.



Gambar. 2 Hasil Pengembangan Inovasi Produk UMKM Tenun Tapis Lampung

Pendampingan yang dilakukan menunjukkan hasil yang sangat baik. Produk tenun tapis yang dihasilkan sudah melakukan pengembangan inovasi. Hal ini dilakukan guna menggaet pelanggan dari kalangan generasi muda terutama generasi milenial. Serta pemasaran dilakukan melalui digital guna menjangkau pasar yang lebih luar dalam penjualan produk UMKM.

Output informasi berupa inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung, yang sudah di kembangkan atai inovasi, karena Pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung mampu membantu pelaku UMKM dalam menghasilkan produk tenun tapis yang lebih modern. Inovasi produk tenun tapis dewasa ini sangat dibutuhkan karena semakin sedikitnya peminatan dalam penggunaan produk tenun tapis Lampung, sehingga owner/ pelaku UMKM harus membuat inovasi produk tenun tapis agar lebih menarik dan terkesan modern sehingga diminati oleh generasi milenial. Pengembangan inovasi produk tenun tapis bertujuan agar produk UMKM yang dihasilkan dapat diterima dan diminati oleh khalayak sasaran pasar terutama generasi muda, sehingga pelaku UMKM juga memanfaatkan sumber daya teknologi guna memperkenalkan serta memasarkan produk tenun tapis Lampung. (Handini, 2022) inovasi adalah sebagai alternatif pemecahan masalah, maka langkah pertama pengembangan suatu inovasi diawali dengan pengenalan terhadap masalah

Hasil evaluasi seluruh kegiatan pelatihan dan pendampingan adalah sebagai berikut:

1. Pelaku/ owner UMKM memahami agile leadership guna pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung.
2. Owner UMKM memiliki jiwa kepemimpinan yang lebih dinamis dan melakukan pengembangan inovasi produk menjadi lebih trendy.
3. *Owner UMKM* melakukan pemasran secara digital guna menjangkau pasar yang lebih luas.
4. Owner sebaiknya melakukan perekrutan karyawan yang berusia milenial guna memahami apasaja yang di gandrungi generasi milenial saat ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah mengikuti penyuluhan dan pendampingan, owner/ pelaku UMKM memahami bagaimana pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung serta mengetahui bagaimana mengimplementasikan inovasi produk tenun tapis Lampung. Kegiatan pengabdian pada masyarakat dilakukan guna membantu pelaku UMKM dalam implementasi pengembangan inovasi produk UMKM guna memperluas peminat produk tenun tapis serta perluasan pemasaran menggunakan teknologi yang berupa media sosial yang banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat, agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan UMKM yang dimilikinya dapat berkembang.

Hasil pelatihan dan pendampingan pada UMKM tenun tapis Lampung sebagai pelaku UMKM. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan secara kontinyu berdampak pada antusiasme owner/ pelaku UMKM dalam menjalankan agile leadership guna pengembangan inovasi produk UMKM tenun tapis Lampung. Cara tersebut dipandang sangat bermanfaat serta menjadi pelaku/owner UMKM lebih berinovasi dan survive dalam menghadapi berbagai situasi dan competitor yang ada.

Namun demikian ada beberapa kendala yang dihadapi sehingga saran yang bisa disampaikan khususnya kepada Owner UMKM tenun tapis Lampung adalah 1) sebaiknya owner/ pelaku UMKM dapat beradaptasi disemua kondisi

perekonomian yang terjadi secara cepat; 2) *owner cepat tanggap dalam menangani berbagai kesulitan ataupun peluang yang ada*; 3) membuka peluang siswa SMK dan mahasiswa jurusan desain produk dan pemasaran guna memperluas pemasaran dan membantu UMKM dalam berinovasi produk yang dihasilkan; 4) sebaiknya segera melakukan inovasi produk tenun tapis lampung yang lebih inovatif dan modern guna menjangkau konsumen milenial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Pimpinan Intitut Informatika dan Bisnis Darmajaya dan pimpinan Universitas Mitra Indonesia Bandar Lampung yang telah memberikan bantuan pendanaan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Kabupaten Pesawaran. Kami juga mengucapkan terima kasih bapak ibu owner galery tenun tapis yang telah mengizinkan kami untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Terima kasih kepada rekan sesama tim pengabdian serta mahasiswa yang telah memberikan pengetahuannya untuk membantu UMKM dalam mengembangkan dan mendampingi UMKM dalam pengembangan inovasi produk tenun tapis sehingga menghasilkan produk tenun tapis yang lebih modern serta pembuatan akun media sosial guna promosi produk UMKM yang dihasilkan guna mencapai pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. P. P., & Mandala, K. (2017). Pengaruh Kompetensi Dan Kapabilitas Terhadap Keunggulan Kompetitif Dankinerja Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(11), 6090–6119.
- Handini, V. A. (2022). Digitalisasi UMKM Sebagai Hasil Inovasi Dalam Komunikasi Peasaran Sahabat UMKM Selama Pandemi Covid-19. *Riset Komunikasi*, 13. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>
- Kusumawati, D. A., & Arizqi, A. (2021). Ekonomi Halal : Penerapan Manajemen Bisnis Dan Agile Leadership Pada Umkm Bandeng Presto. *Budimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 537–544. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.3488>
- Maulia, indah rizki. (2022). Peran Leadership Self-Efficacy dan Kepercayaan Pada Tim pada Leadership Agility di Masa Pandemi COVID-19. The Role of Leadership Self-Efficacy and Team Trust in Leadership Agility during the COVID-19 Pandemic. *Peran Leadership Self Efficacy Dan Kepercayaan Pada Tim Terhadap Leadership Agility Di Masa Krisis Pandemi Covid-19. SAME 3*.
- Mulyana, & Sutapa, S. (2014). Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(3), 304–321. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.3.5>
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402–414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Wijaya, L. D., Simamora, V., & Inovasi, K. (2022). Pengaruh kapabilitas teknologi informasi dan kapabilitas inovasi terhadap strategi dan dampaknya terhadap keunggulan bersaing umkm kuliner. 7(1), 51–65.
- Zakaria, R., T, I. R. R. M., Ph, D., & Aristawati, R. A. (2022). Analisis Probabilitas Aplikasi Agile Human Resource Pada UMKM Pulau Jawa dengan Metode Systematic Literature Review. 2007, 1–9.
- Harries Madiistriyatno., Mieke Rahayu., 2020. UMKM dan Kapabilitas Inovasi Taantangan di Era Industri 4.0, Indigo Media, Tangerang
-