

PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UMKM SANDALKU HANDMADE

Nurul Dwi Wahyuni¹, Indah Respati Kusumasari²

¹⁻²Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

email: 20042010184@student.upnjatim.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menggali peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing pada UMKM Sandalku Handmade. metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik Sandalku Handmade dan dengan melakukan observasi pada usaha tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM Sandalku Handmade. Bentuk kreativitas ditunjukkan dalam proses perancangan dan pembuatan sandal yang unik dan berbeda dari produk sejenis di pasaran. Sedangkan, inovasi muncul dalam strategi pemasaran yang kreatif, seperti penggunaan media sosial dan *e-commerce*. Jurnal ini membahas peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM Sandalku Handmade, sebuah UMKM di Indonesia yang bergerak di bidang pembuatan sandal, tas, dompet, dan aksesoris. UMKM tersebut telah berhasil menarik minat konsumen melalui desain yang unik dan kualitas produk yang baik. Jurnal ini bertujuan untuk mengungkapkan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam memenuhi tuntutan pasar yang terus berubah dan meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM tersebut. Penelitian ini memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih baik tentang peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, khususnya dalam industri pembuatan sandal, tas, dompet, dan aksesoris. Jurnal ini juga dapat menjadi referensi dan sumber inspirasi bagi UMKM lainnya yang ingin meningkatkan daya saing melalui penerapan kreativitas dan inovasi.

Kata Kunci: *Daya Saing, Kreativitas dan Inovasi, UMKM*

Abstract: *This study aims to explore the role of creativity and innovation in increasing the competitiveness of MSMEs Sandalku Handmade. the research method used is qualitative research with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews with the owner of Sandalku Handmade and by observing the business. The results of the study show that creativity and innovation have a significant role in increasing the competitiveness of MSMEs Sandalku Handmade. The form of creativity is shown in the process of designing and making sandals that are unique and different from similar products on the market. Meanwhile, innovation emerges in creative marketing strategies, such as the use of social media and e-commerce. This journal discusses the role of creativity and innovation in increasing the competitiveness of MSMEs Sandalku Handmade, an MSMEs in Indonesia engaged in the manufacture of sandals, bags, wallets and accessories. These SMEs have succeeded in attracting consumer interest through unique designs and good product quality. This journal aims to reveal the importance of creativity and innovation in meeting changing market demands and increasing the competitive advantage of these SMEs. This research provides insight and better understanding of the role of creativity and innovation in increasing the competitiveness of MSMEs, particularly in the sandals, bags, wallets and accessories manufacturing industry. This journal can also be a reference and source of inspiration for other MSMEs who wish to increase competitiveness through the application of creativity and innovation.*

Keywords: *Competitiveness, Creativity and Innovation, MSMEs*

How to Cite: Wahyuni & Kusumasari. 2023. Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Sandalku Handmade. *JCOS: Journal of Community Service*. Vol. 1 (3): pp. 282-298, doi: <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.621>

Pendahuluan

Indonesia menghadapi masa krisis moneter yang menyebabkan terjadinya penurunan dalam bidang perekonomian nasional. Banyak perusahaan skala besar di berbagai sektor seperti, sektor industri, perdagangan, dan jasa, mengalami stagnasi bahkan berhenti beroperasi pada 1998. Meski mengalami tantangan akibat krisis moneter di berbagai sektor ekonomi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tetap berusaha bertahan dan berkembang sehingga mampu bertahan dan dapat berperan penting dalam pemulihan ekonomi. UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang dapat konsisten berkembang dalam perekonomian Nasional, memberikan kontribusi dalam penciptaan lapangan kerja yang produktif. Sebagai jenis usaha padat karya, UMKM tidak memerlukan kriteria khusus seperti tingkat pendidikan, keahlian pekerja khusus, dan modal usaha yang besar, serta menggunakan teknologi yang terbilang lebih sederhana.

Peran strategis UMKM dalam pembangunan ekonomi Nasional tidak dapat diabaikan. Mereka berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan konsumsi tenaga kerja, selain itu UMKM juga memiliki peran dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Tidak hanya berfungsi sebagai tempat pekerja yang belum tergabung dalam sektor formal, melainkan juga menjadi pendorong pertumbuhan aktivitas ekonomi. Hal ini disebabkan oleh besarnya jumlah konsumsi tenaga kerja oleh sektor ini. Dengan mempertimbangkan pengalaman Indonesia selama krisis ekonomi, adalah wajar jika fokus pengembangan sektor swasta diarahkan pada UMKM. Kementerian Koperasi dan UMKM (2012) mencatat bahwa UMKM yang berkembang saat ini berada dalam berbagai kategori, seperti pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa-jasa swasta, dan industri pengolahan, termasuk industri kreatif. Industri kreatif juga termasuk dalam konsep ekonomi kreatif, yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi dan terus didorong oleh pemerintah. Ekonomi kreatif memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong inklusi sosial, keberagaman budaya, serta pembangunan sumber daya manusia. Karena kreativitas manusia menjadi faktor utama dalam kegiatan ekonomi di sekitar ini. Sesuai dengan konsep ekonomi kreatif, hal ini memungkinkan peningkatan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki.

Pembangunan sektor UMKM adalah langkah yang sangat positif untuk membawa Indonesia mencapai kesejahteraan. Dengan pertumbuhan UMKM yang meningkat, ada kesempatan untuk memperluas lapangan kerja dan memaksimalkan potensi sumber daya alam dan manusia, sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara (Undari dan Lubis, 2021). Sunariani et al. (2017) menyatakan bahwa UMKM tidak hanya berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan penting dalam mengurangi

pengangguran di Indonesia. Namun, Astuti et al. (2019) juga mengemukakan bahwa beberapa UMKM masih menghadapi beberapa kendala eksternal, seperti kurangnya adaptasi terhadap lingkungan strategis, kurang fleksibel dalam mencari peluang usaha, serta kekurangan kreativitas dan inovasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kendala internal juga ditemui pada sebagian UMKM, seperti kurangnya keterampilan dan kemampuan manajerial, akses terbatas ke teknologi informasi, modal, dan pasar. Kendala-kendala ini disebabkan oleh kurangnya kemampuan beberapa pengelola UMKM dalam mengantisipasi masalah yang dihadapi. Inovasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam kinerja UMKM Putri et al. (2018). Persaingan dalam bisnis mendorong pengusaha memahami pasar dan kebutuhan konsumen.

Inovasi menjadi faktor kunci bagi perusahaan dalam menciptakan terobosan baru untuk meningkatkan kinerja usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus berfokus pada kegiatan inovasi karena ini memiliki kontribusi yang signifikan terhadap kinerja perusahaan (Simorangkir et al., 2020). Agar mampu mengembangkan usaha dan mencapai kinerja yang baik, pelaku UMKM harus kreatif dan inovatif dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh kinerja perusahaan (Agyapong et al., 2018). Di era pasar bebas saat ini, persaingan bisnis semakin meningkat dan menjadi lebih sengit, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun saat menghadapi persaingan global, UMKM seringkali dihadapkan pada tantangan besar, khususnya dalam hal daya saing. Salah satu faktor utama yang berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas dan inovasi menjadi kunci sukses bagi UMKM untuk tetap eksis dan mengalami perkembangan di tengah persaingan yang semakin sengit. Peluang UMKM untuk menarik perhatian dan minat konsumen menjadi lebih baik ketika mereka mampu menciptakan produk atau layanan yang kreatif dan inovatif, membedakan diri dari pesaing, dan meningkatkan jangkauan pasar mereka.

Dalam konteks ini, jurnal ini akan membahas peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing pada UMKM Sandalku Handmade. Sandalku Handmade merupakan salah satu UMKM di Indonesia yang bergerak di bidang pembuatan sandal, tas, dompet, dan beberapa aksesoris seperti jepit rambut dengan sentuhan berbagai motif yang menarik. UMKM ini telah berhasil menarik minat konsumen melalui desainnya yang unik dan kualitas yang baik. Melalui jurnal ini, kami akan mengungkapkan pentingnya penggunaan kreativitas dan inovasi sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing UMKM Sandalku Handmade. Kami akan menjelaskan bagaimana kreativitas dan inovasi dapat membantu UMKM ini untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Selain itu, kami juga akan membahas beberapa strategi yang digunakan oleh UMKM Sandalku Handmade dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi, serta dampaknya terhadap keberhasilan bisnis mereka. Diharapkan bahwa jurnal ini akan membuka perspektif yang lebih luas dan meningkatkan pemahaman tentang peran

keaktivitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing pada UMKM, khususnya dalam industri pembuatan sandal, tas, dompet, dan aksesoris lainnya. Serta agar dapat menjadi bahan acuan dan sumber inspirasi bagi UMKM lainnya yang ingin meningkatkan daya saing mereka melalui penerapan kreativitas dan inovasi. Selanjutnya, kami akan menguraikan metodologi penelitian, temuan penelitian, dan analisis tentang peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM Sandalku Handmade. Sehingga kami dapat menyajikan kesimpulan dan saran-saran yang diajukan yang relevan dengan merujuk pada temuan penelitian kami. Dari penelitian ini, maka diharapkan dapat menjadi bentuk kontribusi untuk dapat memperkuat sektor UMKM dalam menghadapi tantangan dan meningkatkan daya saing pasar global yang semakin kompleks.

Metode

Dalam program KKN-T MBKM ini, rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan di lingkungan Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Salah satu UMKM yang dipilih untuk pendampingan dalam pengembangan produknya berlokasi di Wisma Kedung Asem Indah I Blok F-40, Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi kasus UMKM Sandalku Handmade. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik Sandalku Handmade meliputi berbagai hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM saat menjalankan usahanya. Dan dengan melakukan observasi, serta dokumentasi. Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah sejumlah UMKM yang telah di analisis oleh mahasiswa peserta KKN-T MBKM, dengan sampel yang dipilih yaitu UMKM Sandalku Handmade milik Ibu Erna.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di wilayah Kelurahan Kedung Baruk, tepatnya di Wisma Kedung Asem Indah I Blok F-40 yang merupakan lokasi usaha Sandalku Handmade. Pada awalnya, mahasiswa peserta KKN-T MBKM melakukan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan UMKM Sandalku Handmade melalui wawancara. Tujuannya adalah untuk mengenali hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh Ibu Erna selaku pemilik usaha selama memasarkan produknya.



Gambar 1. FGD Bersama Pemilik UMKM Sandalku Handmade

Hasil dari kegiatan FGD tersebut adalah, bahwa Ibu Erna selaku pemilik UMKM Sandalku Handmade menghadapi beberapa kendala dalam menjalankan usahanya. Faktor utamanya adalah motif yang terkesan monoton karena hanya memanfaatkan kain perca, dan kurangnya pemahaman mengenai teknik foto katalog agar terlihat lebih menarik. Sebelumnya, UMKM Sandalku Handmade ini sudah memiliki akun Instagram dan Shopee untuk memasarkan produknya. Tetapi karena kurangnya pemahaman mengenai teknik foto produk yang hanya memanfaatkan properti seadanya, sehingga foto produk yang dihasilkan kurang memiliki nilai estetika yang dapat menarik minat konsumen. Selain itu, faktor lainnya seperti desain kemasan produk dan tampilan tata letak akun Instagram sebagai media promosi juga dinilai kurang menarik.



Gambar 2. FGD Kelompok Dalam Mencari Solusi Terhadap Hambatan Yang Dihadapi Oleh UMKM Sandalku Handmade

Setelah melakukan kegiatan FGD dengan pemilik usaha Sandalku Handmade, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Selanjutnya kami melakukan rapat untuk menyusun rangkaian kegiatan dalam program kerja yang akan dilakukan selama pendampingan terhadap UMKM Sandalku Handmade untuk membantu dalam mengatasi kendala yang dihadapi. Hasil dari kegiatan rapat yang telah kelompok kami lakukan diantaranya adalah mendesain ulang *business card*, mendesain ulang kemasan produk, membantu mengelola akun Instagram, melakukan foto katalog yang lebih menarik, dan membuat desain tata letak feeds Instagram Sandalku Handmade. Rangkaian kegiatan pertama yang dilakukan yakni melakukan foto katalog. Foto katalog atau foto produk pada UMKM Sandalku Handmade dilakukan agar produk-produk dari UMKM dapat dipasarkan melalui media digital seperti aplikasi Instagram ataupun *ecommerce* seperti Shopee, dan *platform* lainnya sebagai upaya untuk menarik minat konsumen. Tidak hanya produk sandal saja yang dipasarkan, melainkan masih ada beberapa produk lain seperti tas, dompet, tempat tisu, bando, jepit rambut, dan pernak-pernik lainnya. Dalam pelaksanaannya, foto produk yang dilakukan yakni pada produk sandal, tas, dompet, dan tempat tisu yang kemudian di unggah pada akun Instagram Bisnis milik Sandalku Handmade.



Gambar 3. Hasil Foto Katalog UMKM Sandalku Handmade

Setelah melakukan foto katalog pada beberapa produk UMKM Sandalku Handmade, selanjutnya kami melakukan desain ulang pada *business card*. Dimana pada desain *business card* yang sebelumnya dinilai sang pemilik terlalu polos dan kurang menarik. UMKM Sandalku Handmade berdiri sejak tahun 2012 sampai sekarang. Dalam penjualan produknya, *business card* memiliki pengaruh tersendiri yakni untuk memudahkan calon konsumen dalam memperoleh informasi mengenai produk. Pada awalnya, *business card* hanya tertera logo dan nomor pemesanan melalui pin BBM. Dimana seperti yang kita ketahui, aplikasi BBM saat ini sudah tidak dapat lagi diakses karena resmi dihapus. Oleh karena itu, kami membuatkan desain baru dengan informasi yang lebih detail untuk mempermudah calon konsumen dalam menghubungi *contact person* yang masih aktif. Adapun informasi yang tertera dalam desain baru yakni logo UMKM Sandalku Handmade, nomor Whatsapp, akun Instagram dan Shopee, serta alamat tempat usaha. Setelah desain *business card* kami rasa cukup menarik, maka selanjutnya desain tersebut kami kirimkan kepada Ibu Erna untuk diberi kritik dan saran, agar hasil desain sesuai dengan kriteria yang dimaksudkan. Kemudian setelah mendapat beberapa saran dan sedikit perubahan dari beliau, maka desain *business card* yang disepakati pun kemudian naik cetak sebanyak 100 lembar.



Gambar 4. Hasil Desain *Business Card* Yang Baru

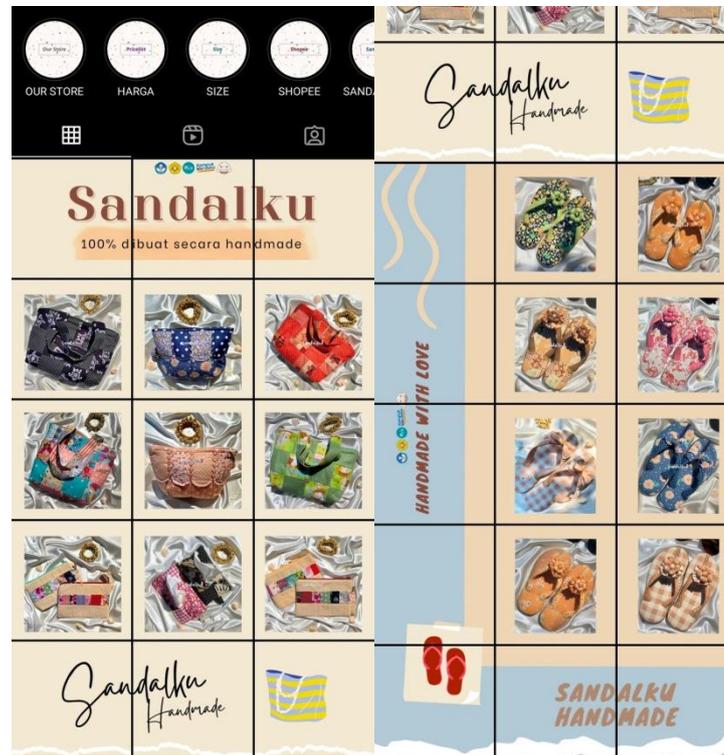
Saat mendapat pesanan atau ada konsumen yang membeli produk Sandalku Handmade, maka produk yang dibeli akan dikemas menggunakan *paper bag* polos berwarna coklat, atau terkadang juga menggunakan kemasan plastik. Dengan adanya kemajuan teknologi digital di era sekarang ini, kami memberikan pendampingan untuk meningkatkan kreativitas dalam membuat desain kemasan yang menarik. Pada kegiatan ini kami menggunakan aplikasi Canva sebagai media untuk membuat desain kemasan. Setelah dua pilihan desain, kemudian atas keputusan dari Ibu Erna maka beliau memutuskan untuk membuat satu desain *paper bag*.



Gambar 5. Hasil Desain Kemasan Produk Yang Baru

Selain *business card* dan kemasan, Instagram menjadi salah satu sosial media yang populer hampir di seluruh kalangan usia. Khususnya pada masa sekarang, Instagram menjadi media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk melakukan promosi dan memasarkan produk mereka melalui *platform* tersebut. Tidak terkecuali UMKM Sandalku Handmade yang sejak lama telah melakukan promosi melalui Instagram. Tetapi, susunan tata letak *feeds* yang tidak rapi dan foto produk yang kurang memperhatikan nilai estetika

membuat calon pembeli kurang tertarik dengan produk yang dijual. Oleh karena itu, kami melakukan pendampingan dalam membuat kreasi berupa pembuatan desain *feeds* Instagram UMKM Sandalku Handmade agar mendapat banyak perhatian konsumen, sehingga menarik minat beli konsumen, dan dapat meningkatkan daya saing terhadap sesama kompetitor yang memasarkan produknya melalui *platform* yang sama.



Gambar 6. Hasil Tata Letak *Feeds* Instagram

Pembuatan redesain tata letak *feeds* Instagram ini bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan dan agar dapat meningkatkan penjualan. Mengingat kemajuan teknologi yang kian pesat pada era globalisasi saat ini, termasuk Instagram sebagai media promosi digital. Dengan melakukan redesain *feeds* Instagram, diharapkan bahwa UMKM Sandalku Handmade mendapatkan pengakuan yang lebih luas dari berbagai kalangan, dan mampu untuk terus mengembangkan bisnisnya, serta produk yang dipasarkan mengalami peningkatan.

Kesimpulan

Kegiatan KKN dilakukan di wilayah Kelurahan Kedung Baruk, Surabaya, dengan fokus pada UMKM Sandalku Handmade. Melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan wawancara, identifikasi kendala yang dihadapi oleh UMKM Sandalku Handmade, antara lain motif yang monoton, kurangnya pemahaman mengenai teknik foto katalog, desain kemasan produk yang kurang menarik, dan tata letak *feeds* Instagram yang perlu diperbaiki. Rangkaian kegiatan pendampingan dilakukan untuk membantu mengatasi kendala yang dihadapi oleh

UMKM Sandalku Handmade, seperti mendesain ulang business card, mendesain ulang kemasan produk, membantu mengelola akun Instagram, melakukan foto katalog yang lebih menarik, dan membuat desain tata letak feeds Instagram. Foto katalog dilakukan untuk memasarkan produk UMKM Sandalku Handmade melalui media digital, seperti Instagram dan Shopee, dengan tujuan menarik minat konsumen. Desain ulang business card dilakukan untuk memberikan informasi yang lebih detail kepada calon konsumen, memperbarui kontak yang masih aktif, dan meningkatkan daya tarik business card sebagai alat komunikasi dengan konsumen. Pendampingan juga dilakukan dalam membuat desain kemasan produk yang menarik menggunakan aplikasi Canva, untuk meningkatkan kreativitas dalam penyajian produk. Redesain tata letak feeds Instagram dilakukan untuk meningkatkan daya tarik produk, menarik perhatian pelanggan, dan meningkatkan penjualan melalui platform media sosial yang populer seperti Instagram. Diharapkan melalui kegiatan pendampingan tersebut, UMKM Sandalku Handmade dapat mendapatkan pengakuan yang lebih luas, mengembangkan bisnisnya, dan meningkatkan penjualan produk. Kesimpulan tersebut menyoroti upaya pendampingan yang dilakukan untuk membantu UMKM Sandalku Handmade dalam mengatasi kendala dalam pemasaran produk, serta pentingnya kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing dan keberhasilan UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Erna Mufida selaku pemilik usaha Sandalku Handmade yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai UMKM yang dibantu dalam pendampingan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi terhadap usahanya. Kemudian penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Praja Firdaus Nuryananda, S.Hub.Int., M.Hub.Int. selaku Dosen Pembimbing Lapangan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam program KKN-T MBKM 2023. Dan juga kepada pihak Kelurahan Kedung Baruk yang telah memberikan izin dan kesempatan dalam pelaksanaan rangkaian kegiatan KKN. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih pula kepada Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos.,M.Si selaku Dosen Pembimbing dalam proses pengerjaan luaran prodi, atas semua arahan dan bimbingan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan jurnal ini. Serta terima kasih kepada seluruh teman-teman KKN-T MBKM Kelompok 82 yang sangat berperan penting dalam terlaksananya rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama tiga bulan ini.

Referensi

Fakultas Ekonomika, D., Bisnis, D., Diponegoro, U., Prof, J., & Semarang, T. (2013). *PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BERBASIS INOVASI DAN KREATIVITAS (STRATEGI PENGUATAN PROPERTY RIGHT TERHADAP INOVASI DAN KREATIVITAS)*. 20(2), 142–149.

- Sedyastuti, K. (2018). *Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global* (Vol. 2, Issue 1).
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta, S. (2018). *Seminar Nasional & Call for Paper Manajerial & Kewirausahaan (SNMK III 2018) Penelitian Manajemen dan Kewirausahaan di Era Digital STIE IPWIJA*.
- Buana, U., Karawang, P., Pertiwi, W., Sumarni, N., Program, E. S., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-3 INOVASI DAN KREATIVITAS PELAKU USAHA UMKM DI DESA KERTARAHAYU KECAMATAN CIBUAYA KABUPATEN KARAWANG. 2023.
- Hijri, V. W., & Atmaja, H. E. (2022). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional ANALISIS PENTINGNYA INOVASI DAN KREATIVITAS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM KERAJINAN GERABAH DUSUN KLIPUH, BOROBUDUR Program Studi S1 Manajemen 1.2 Fakultas Ekonomi 1.2 Universitas Tidar 1.2. 459 *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 6(2), 459–463. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i2.787>
- Darwanto, J. (2013). *Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas)*.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50.
- Hendika Wibowo Zainul Arifin Sunarti Fakultas Ilmu Administrasi, D. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 29, Issue 1). www.depkop.go.id
- Peningkatan DayaA Meliala, S. S., Suranta Meliala, A., Matondang, N., & Sari, R. M. (2016). *STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) BERBASIS KAIZEN*.
- Lucky, M., Stie, N. R., & Bandung, K. (2021). *Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19*.