

Manajemen Strategi Inovasi dan Pemasaran dalam Meningkatkan Produk Unggulan Daerah di Kampung Tematik Opak Angin Tangerang

Indar Fauziah Ulfah^{1*}, Yosi Safri Yetmi², Diana Novita³

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Terbuka

² Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

³ Program Studi Manajemen, Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

*Email : indar@ecampus.ut.ac.id

Article History:

Received : 27-03-2024

Accepted: 28-03-2024

Publish: 03-04-2024

Abstract:

The Opak Angin Thematic Village in Tangerang has become the main focus in the development of regional flagship products. This article presents a framework that integrates innovation management strategy and marketing to enhance flagship products in this area. The research aims to analyze how innovation management strategy and marketing can effectively strengthen the position of regional flagship products in an increasingly competitive market. A qualitative approach was employed in this study, involving in-depth interviews and direct observations in the Opak Angin Thematic Village. The analysis results indicate that integrated innovation management strategy with effective marketing strategy can enhance the competitiveness of regional flagship products. Factors such as identifying market needs, developing needs-based products, implementing innovative technology, and targeted marketing are key success factors in improving regional flagship products. This article provides practical guidance for local governments, businesses, and other stakeholders to implement effective innovation and marketing strategies in enhancing regional flagship products. Thus, the Opak Angin Thematic Village can serve as a successful example in the development of regional flagship products that can compete in the global market.

Keywords: Innovative, Marketing, Opak Angin, Strategic, Thematic

Abstrak:

Kampung Tematik Opak Angin di Tangerang telah menjadi fokus utama dalam pengembangan produk unggulan daerah. Artikel ini menyajikan sebuah kerangka kerja yang mengintegrasikan manajemen strategi inovasi dan pemasaran untuk meningkatkan produk unggulan di kawasan ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana manajemen strategi inovasi dan pemasaran dapat secara efektif memperkuat posisi produk unggulan daerah dalam pasar yang semakin kompetitif. Pendekatan kualitatif digunakan dalam studi ini, dengan melakukan wawancara

mendalam dan observasi langsung di Kampung Tematik Opak Angin. Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen strategi inovasi yang terintegrasi dengan strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan daya saing produk unggulan daerah. Faktor-faktor seperti identifikasi kebutuhan pasar, pengembangan produk berbasis kebutuhan, penerapan teknologi inovatif, dan pemasaran yang tepat sasaran menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan produk unggulan daerah. Artikel ini memberikan panduan praktis bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengimplementasikan strategi inovasi dan pemasaran yang efektif dalam meningkatkan produk unggulan daerah. Dengan demikian, Kampung Tematik Opak Angin dapat menjadi contoh sukses dalam pengembangan produk unggulan daerah yang dapat bersaing di pasar global.

Kata kunci: inovasi, pemasaran, opak angin, strategi, tematik

PENDAHULUAN

Kelurahan Mekarsari yang berada di Kecamatan Neglasari Kota Tangerang adalah salah satu kelurahan yang terdekat menuju bandara internasional Soekarno Hatta, dengan terdiri dari enam RW yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri terutama heterogenitas yang cukup tinggi dimana pada kelurahan ini masih banyak ditemukan etnis tionghoa dan melebihi 50% dari penduduknya.

Pemerintah Kota Tangerang membuat rencana pengembangan kampung tematik dan sudah berjalan selama kurang lebih tiga tahun terakhir, di Kelurahan Mekarsari sendiri terdapat empat kampung tematik yang tersebar di empat RW diantaranya yaitu RW 01 dengan kampung pemuda dan memiliki perkumpulan remaja yang dinamakan wadah remaja kreatif (WRK) dan memiliki banyak kegiatan yang diadakan di taman *ecopark* di pinggir sungai Cisdane.

Selanjutnya di RW 02 terdapat pusat masjid terbesar di Mekarsari yaitu Masjid As-Salaam dengan banyak kegiatan keagamaan yang diadakan menjadikan RW 02 di beri tematik Kampung Religi, kemudian untuk RW 03 dengan ciri khas nya pembuatan opak angin yang sudah kurang lebih 52 tahun menjadikan RW 03 kampung tematik opak angin sebagai ciri khas produk unggulan daerah. Ada juga kampung tehyan yang berada di RW 04 yang seluruh penduduknya merupakan keturunan tionghoa sehingga memiliki kebudayaan yang sangat kental dengan alat musik tehyan yang merupakan ciri khas tionghoa.

Mekarsari sesuai dengan namanya menjadi indah dikarenakan adanya objek wisata berupa taman bunga sakura, dan arsitektur khas china dengan berbagai macam ornamen yang sangat tertata dengan indah, namun untuk pengembangan menjadi kampung tematik masih perlu banyak dukungan dan berbagai pihak terutama pihak pemerintah yang sejak awal mencanangkan program kampung tematik ini.

Pengabdian kepada Masyarakat merupakan salah satu tugas utama dosen dalam tri dharma perguruan tinggi, disamping sebagai bukti nyata pengaplikasian ilmu pengetahuan yang sudah

diajarkan kepada mahasiswa agar dipraktekkan dengan masyarakat yang akhirnya mampu meningkatkan kapasitas dan kapabilitas masyarakat baik dalam hal kesejahteraan, pendidikan dan juga lingkungan sosial, penulis merupakan dosen pembimbing lapangan yang menjadi pendamping kuliah kerja kemasyarakat Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang 2021 dan di tempatkan di kelurahan Mekarsari, dengan seluk beluk demografi dan geografi di atas memungkinkan dilakukannya PKM mengingat dalam wilayah kota Tangerang terdapat kampung tematik sehingga PKM kali ini merupakan PKM tematik.

Dikarenakan KKK UNIS 2021 kelurahan mekarsari ber *homestay* di RW 03 yang merupakan kampung tematik opak angin. Penulis mencari informasi dan observasi terkait produk unggulan yang menjadi ciri khas daerah ini sehingga dalam pelaksanaan KKK selama 15 hari pertama penulis mendapat banyak data yaitu analisis SWOT terkait produksi dan pemasaran opak angin selama ini dengan mengunjungi dan mewawancarai produsen opak angin di RW 03 ini.

Didapatlah kesimpulan bahwa dalam pengerjaan produksi opak angin masih dalam sistem yang sangat tradisional, mengandalkan tenaga manusia, serta alat alat yang sulit dicarikan substitusinya di pasaran. Hal ini membuat produksi opak angin sangat mengandalkan keahlian dan tenaga si pemilik nya. Dan karena SDM yang sangat terbatas ini membuat opak angin sangat sulit diproduksi dalam kuantitas yang banyak dan frekuensi yang sering, tak jarang pesananpun banyak yang tidak terpenuhi akibat permasalahan ini. Rumitnya proses produksi dan juga keterbatasan SDM membuat opak angin in nyaris punah.

Permasalahan selain produksi yakni pemasaran, sejak 52 tahun yang lalu sampai saat ini, pemasaran terbatas pada satu tempat saja, yakni di pasar lama, dan hanya di buka dengan lapak tanpa ada sewa tempat dan fasilitas yang menunjang, mengingat keterbatasan modal, tak jarang untuk pemasaran ini tidak setiap hari karena supply opak angin yang tidak terus menerus diproduksi. Selain karena tujuan utama hanya untuk bisa dapat makan, sehingga produsen opak angin tidak tertarik untuk mengembangkan usahanya.

Dua permasalahan ini menarik bagi penulis mengingat ada dua potensi besar yang penulis lihat terkait tematik opak angin ini. Yang pertama adanya keunikan khas makanan yang tidak ditemukan di daerah lain, serta rasanya yang enak membuat orang yang sudah mencobanya bisa ingin membeli lagi, namun jika semua orang tidak mudah menemukan produk ini sudah pasti kepopuleran makanan ini lambat laun akan hilang. Sehingga perlu ekspansi penjualan agar makanan ini bisa dicicipi oleh orang orang yang berada di luar mekarsari.

Kedua, melihat peta tematik kampung opak angin yang dekat dengan bandara menjadi tantangan untuk dapat membuat daerah ini dikenal sebagaii pusat oleh oleh opak angin, dan ini

merupakan potensi sumber ekonomi yang kuat mengingat banyak juga produk lokal warisan leluhur seperti rengginang sudah banyak yang berhasil di ekspor . Namun masalah packaging tentu harus menyesuaikan jika akan membuat brand image yang baru agar mudah dikenal dan menarik untuk dibeli.

Maka dengan latar belakang di atas kami tim PKM bekerjasama dengan KKK UNIS 2021 membuat acara sosialisasi dengan tema “Manajemen Strategi Inovasi dan Pemasaran dalam Meningkatkan Produk Unggulan Daerah di kampung tematik Opak Angin Kelurahan Mekarsari Kota Tangerang”. Dalam membuat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu mencari strategi inovasi dan pemasaran opak angin di kampung tematik mekarsari kota Tangerang.

METODE

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlokasi di salah satu lokasi Kuliah Kerja Kemasyarakatan (KKK UNIS 2021) yaitu di kelurahan Mekarsari Kota Tangerang, dengan spesifik kampung tematik opak angin yang berada di wilayah RW 03 tepat berada di belakang kantor kelurahan. Untuk sarana yang digunakan adalah posyandu milik kelurahan mekarsari yang berada di RW 03.

Khalayak sasaran dari pelaksanaan PKM ini adalah para ibu ibu yang berada di wilayah mekarsari yang tersebar di enam RW. Dengan target sebanyak 30 orang yang merupakan ibu rumah tangga dengan aktifitas yang tidak bekerja, dengan tujuan dapat menjadi lahan untuk pengembangan potensi dan menambah passif income bagi ibu rumah tangga yang tidak bekerja.

Acara Berjalan pada tanggal 19 Agustus 2021 dalam rentang waktu pukul 16.00-18.00.

1) Persiapan (Pra Kegiatan)

Dalam tahap persiapan ini dilakukan observasi terkait kampung tematik opak angin yang terbagi menjadi observasi internal dan eksternal, observasi internal merupakan tahap mencari informasi mengenai pembuat opak angin dari mulai lokasi dan semua proses produksi hingga kendala apa saja yang dihadapi. Observasi eksternal merupakan tahap dimana melihat secara keseluruhan factor demografis, geografis dan juga birokrasi yang mendukung kampung tematik opak angin ini agar berkembang sesuai yang dicanangkan oleh pemerintah kota Tangerang.

2) Perencanaan

Dengan melihat hasil dari langkah pertama yaitu persiapan, maka dapat dilaksanakanlah perencanaan untuk pelaksanaan kegiatan PKM ini baik dari lokasi, tema yang akan disampaikan dan target peserta. Berikut adalah hasil dari persiapan sekaligus perencanaan yang dibuat ;

Produsen : Dari proses produksi yang masih sangat tradisional dan alat alat yang masih manual, maka diperlukan tenaga yang banyak dalam proses produksinya, sedangkan dari pengerjaan selama ini hanya dikerjakan oleh dua orang saja, hal ini tentu memakan waktu tenaga yang sangat banyak disamping itu factor keterbatasan dana menjadi banyak penyebab terhambatnya produksi dan perkembangan opak angin ini.

Sementara mengapa ini masih dipertahankan karena memang opak angin memiliki target pasarnya sendiri dengan ke khasan rasa dan keunikan yang tidak ditemukan di daerah lain, menjadi potensi yang terus menjadi focus pemerintah, hanya saja dukungan nyata belum dirasakan bagi pembuat opak angin ini, sehingga produksi opak angina hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar sehari hari saja.

Kesimpulannya : perlu dibuat tema PKM agar mampu menjadikan warga sekitar bekerjasama dan andil dalam pengembangan opak angina ini, perlu dukungan modal dari pemerintah setempat baik itu dalam bentuk pinjaman dana murah koperasi atau langsung subsidi PEMDA. **Eksternal** : dari sisi demografis penduduk mekarsari mayoritas ibu rumah tangga dengan usia yang masih produktif,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari target yang direncanakan berjumlah tiga puluh orang memenuhi target peserta sebesar 98 % dengan jumlah peserta 27 orang. Peserta antusias mendengar prospek kampung tematik opak angina dan siap menjadi bagian sumber daya manusia untuk sama sama memajukan produk unggulan daerah. Adanya interaksi yang lebih baik antara produsen opak angina dengan lingkungan sekitar. Strategi pemasaran dengan logo dan tampilan yang baru mampu menarik antusias peserta. Mampu membuka kerjasama dengan sector pemerintahan kedepan aka nada pendampingan yang lebih besar dari pihak kelurahan maupun kecamatan.

Output yang dihasilkan yaitu adanya inovasi baru label dan logo opak angina sehingga memudahkan brand image dalam pemasarannya, mulai merambah pemasaran melalui jaringan online shopping dan mencari banyak link untuk memperluas pemasaran opak angina sehingga tidak hanya beredar di wilayah kota Tangerang. Mencoba menarik perhatian pemerintah lebih besar lagi

dalam memajukan kampung tematik ini terutama akses yang dekat dengan bandara memungkinkan produk ini lebih cepat dikenal oleh pendatang. Kedepannya proses inovasi dan pemasaran ini akan berkelanjutan dengan proses pendampingan dari pembuat PKM ini yaitu dosen dan mahasiswa serta melibatkan UNIS sebagai innovator.



Sebagai lokasi yang strategis kelurahan mekarsari mendapat akses yang sangat mudah terhadap pemerintah daerah. Dengan lokasi yang dekat juga dengan bandara internasional soekarno hatta menjadikan pemasaran dapat diperluas dengan berbagai macam cara, namun kendala permodalan dan SDM yang mampu mengelola usaha rumahan ini masih dibilang sangat minim. Maka perlu dukungan baik dari Lembaga pemerintah setempat, Lembaga keuangan mikro, dan juga dukungan warga masyarakat sekitar dalam pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia, sehingga mampu memproduksi dalam jumlah yang lebih besar dan mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan dari konsumen yang selama ini tidak semua bisa terpenuhi, rasa yang enak dan unik serta ciri khas yang membedakannya dengan opak angin yang lainnya menjadikan produk warisan leluhur ini mampu memiliki pelanggan yang loyal hingga saat ini.



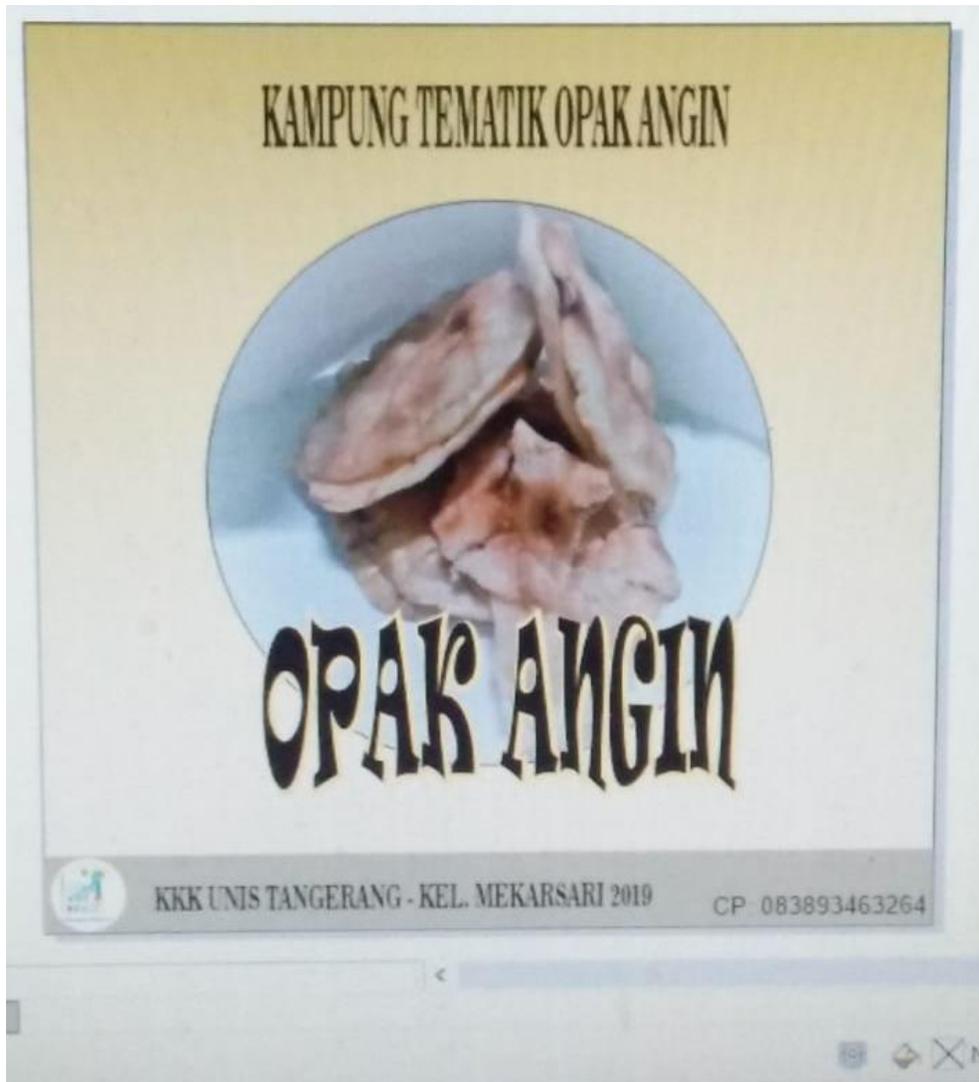
Sebagai lokasi yang strategis kelurahan mekarsari mendapat akses yang sangat mudah terhadap pemerintah daerah. Dengan lokasi yang dekat juga dengan bandara internasional soekarno hatta menjadikan pemasaran dapat diperluas dengan berbagai macam cara, namun kendala permodalan dan SDM yang mampu mengelola usaha rumahan ini masih terbilang sangat minim. Maka perlu dukungan baik dari Lembaga pemerintah setempat, Lembaga keuangan mikro, dan juga dukungan warga masyarakat sekitar dalam pemenuhan kebutuhan sumber daya manusia, sehingga mampu memproduksi dalam jumlah yang lebih besar dan mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan dari konsumen yang selama ini tidak semua bisa terpenuhi, rasa yang enak dan unik serta ciri khas yang membedakannya dengan opak angin yang lainnya menjadikan produk warisan leluhur ini mampu memiliki pelanggan yang loyal hingga saat ini.



Dalam menyukseskan program pengabdian kepada masyarakat ini agar mampu menjadi usaha pengembangan kapasitas masyarakat secara berkelanjutan maka diperlukan kesinambungan program baik itu pendampingan maupun support dalam bentuk inovasi dan pemasaran, universitas merupakan sarana dalam menciptakan aplikasi keilmuan yang nyata di masyarakat yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan pola pikir masyarakat dalam menentukan visi misi ke depan, sehingga dengan demikian kesenjangan perlahan akan mulai teratasi. Maka tim penulis dengan ini mengajukan beberapa program tindak lanjut diantaranya :

1. Survei berkala dengan mencari kendala dan peluang apa yang sedang dihadapi
2. Memperluas jaringan dan menggunakan teknologi agar memudahkan dan efisien dalam biaya

3. Kordinasi secara berkala dengan pihak pemerintah setempat agar terus memberi dukungan baik materil dan nonmaterial
4. Memperbesar Modal dengan merambah ke Lembaga keuangan mikro Syariah untuk memperbesar volume usaha
5. Menciptakan program upgrade skill secara berkala kepada SDM pembuat opak angina agar terus meningkatkan kualitas dan kapasitasnya.







KESIMPULAN

Dengan Adanya PKM ini menjadi lahan kerjasama yang sangat produktif bagi kampus dan masyarakat, dapat disimpulkan UNIS yang merupakan kampus tertua di Banten mampu berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan mengaplikasikan ilmu yang didapat agar mampu berkolaborasi dengan elite politik dan masyarakat bawah. Adanya Opak angina sebagai kampung tematik kelurahan mekarsari menjadikan sector riil berkembang dengan baik, dan merupakan salah satu produk unggulan daerah yang prospek bahkan menjanjikan mengingat potensi lokasi yang strategis dan keunikan rasa serta pembuatan yang tradisional membuat makanan ini menjadi incaran para pelanggannya. Strategi Marketing yang saat ini masih sangat tradisional dan minim tidak mampu memenuhi semua permintaan konsumen baik pesanan dalam jumlah besar ataupun sedikit secara mendadak, karena disamping SDM yang masih sangat kurang juga biaya produksi yang belum mencukupi modal

SARAN

Maka dalam PKM ini dapat disarankan mampu menjadi solusi terbaik untuk saat ini menyatukan peran masyarakat dan pemerintah setempat melalui program pemberdayaan kampung tematik opak angina di kelurahan mekarsari kecamatan neglasari kota Tangerang dengan menciptakan inovasi packaging yang menarik dan strategi promosi yang meluas akan menciptakan segmen pasar yang baru dan lebih berkembang.

REKOMENDASI

UNIS sebagai kampus tertua di Banten diharapkan mampu berkontribusi secara langsung kepada masyarakat dengan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh serta menjadi jembatan antara pemerintah setempat dengan masyarakat. Dengan begitu akan tercipta keselarasan dalam program pembangunan daerah jangka pendek dan jangka Panjang. Hasil PKM ini nantinya dapat menjadi penelitian yang akan terpublikasi di jurnal terakreditasi karena sifat dalam PKM ini juga merupakan inovasi sehingga dapat dimasukkan ke dalam jurnal baik nasional maupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang yang telah mengizinkan kelompok KKK dalam pengabdian kepada masyarakat di daerah Tangerang.

DAFTAR PUSTAKA

- Sandar Oliver, *Strategi Public Relations*, (London: Erlangga, 2006)
- Al Ries, *Peran Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1993)
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004)
- Said, M. Mas'ud. 2007. *Birokrasi di Negara Birokratis*. Malang: UMM Press
- Susanto. 2010. *60 Management Gems*. Jakarta: Kompas
- Ancok, Djamaludin. 2012. *Kepemimpinan dan Inovasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Muluk, Khairu. 2008. *Knowledge Management*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Suwarno, Yogi. 2008. *Inovasi di Sektor Publik*. Jakarta: STIA LAN
- Rogers, Everett M. 1983. *Diffusion of Innovations*. London: The Free Press
- Winarno, Budi. 2007. *Kebijakan Publik: Teori dan Proses*. Yogyakarta: Ekosini
- Martinez, Laila. 2012. *Theoretical Consideration about Innovation about Innovation in The Public Sector*. Institute of Society of Globalisation University: Denmark
- Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002)
- Suryana Kewirausahaan, *Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Edisi 3, Salemba Empat, 2006)
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid*, (Jakarta: Erlangga, 2008)



No	Nama	Tgl Kedatangan	Alamat	Kesan	Tanda Tangan
1	ring	10 Agustus 2019	Mekarsari		
2	Rita	10 Agustus 2019	Mekarsari		
3	Miyati luguah	17. - - -	- - -	Kader	
4	ACIH	19-1-1-	- - -	-	
5	Normala	10. Agustus 2019	Mekarsari		
6	Hj. YATI	19 Agustus	Mekarsari	-	
7	Pulri	19 Agustus	Mekarsari		
8	Nani	-	-		
9	Jungah	-	-		
10	Dian.		Mekarsari		
11	Yuni	-	-	-	
12	ACIH	10-8-2019	Mekarsari	kader	
13	Sopias	- - -	- - -	warga	
14	Rodiah	-	-	-	
15	Ily	-	-	-	

No	Nama	Tgl Kedatangan	Alamat	Kesan	Tanda Tangan
1	Dewi	19 Agustus 2019	Mekarsari	warga	
2	Iena	"	"	warga	
3	Usna	19 Agustus	- - -	- - -	
4	Etna	19 Agustus	- - -	- - -	
5	Hlenb	19 Agustus	- - -	- - -	
6	Lesli	19-8-2019	"	"	
7	Herlina	19-8-2019	- - -	- - -	
8	o'om	19-8-2019	- - -	- - -	
9	Susilawati	19-8-2019	- - -	- - -	
10	Wartine	19-8-2019	- - -	14-03	
11	Slain	19-8-2019	- - -	14 05/03	
12					
13					
14					
15					