

Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Inovasi Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal

Vera Maria

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Linda Nurkhalida

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

S. Ulfa. AB. AL

Program Pertukaran Mahasiswa Univ. Sulawesi Barat

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Alamat: Jl. Raya Palka No Km.3, Kota Serang, Banten.

Korespondensi: vera.maria@untirta.ac.id

Abstract. *The era of globalization is an era of competition, where all MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) compete with each other in order to survive and develop their businesses to a better one. The purpose of this study is to analyze the factors that enable MSME innovation to increase the competitiveness of its products. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. Data are obtained through the results of literature studies. The results showed that there are two factors that greatly influence MSME innovation in increasing their competitiveness, namely internal factors (human resources, finance, management, and technology) and external factors (market, competition, and government policies). This research provides recommendations to be able to increase competitiveness to innovate in its products, namely by developing new or improved products, improving production processes, developing new marketing strategies and building strong brands*

Keywords: *Innovation, MSMEs, Competitiveness*

Abstrak. Era globalisasi merupakan era persaingan, dimana semua UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) saling berkompetisi satu sama lain agar tetap bisa bertahan maupun mengembangkan usahanya ke yang lebih baik. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang memungkinkan inovasi UMKM untuk meningkatkan daya saing produk nya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dengan melalui hasil studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang sangat mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing nya, yaitu faktor internal (sumber daya manusia, keuangan, manajemen, dan teknologi) dan faktor eksternal (pasar, persaingan, dan kebijakan pemerintah). Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk dapat meningkatkan daya saing untuk berinovasi dalam produknya yaitu dengan cara mengembangkan produk baru atau yang ditingkatkan, meningkatkan proses produksi, mengembangkan strategi pemasaran baru maupun membangun merek yang kuat.

Kata kunci : Inovasi, UMKM, Daya Saing

LATAR BELAKANG

Era globalisasi merupakan era persaingan, dimana semua UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) saling berkompetisi satu sama lain agar tetap bisa bertahan maupun mengembangkan usahanya ke yang lebih baik. Tantangan demi tantangan pasti akan di hadapi para UMKM, salah satu kunci utama untuk menghadapi tantangan itu yaitu dengan melalui inovasi. (Euis Winarti, D. Purnomo, 2019)

Dalam studi bank Indonesia pada tahun 2022 menemukan bahwa ada sekitar 25% UMKM yang berpartisipasi dalam program pengembangan UMKM dan setelah mengikuti

program tersebut menunjukkan adanya peningkatan dalam daya saing produk. Sedangkan pada laporan katada pada tahun 2023 memperkirakan hanya 10% UMKM di Indonesia yang benar-benar inovatif dalam meningkatkan daya saing produk. Penurunan ini bisa disebabkan melalui beberapa faktor seperti : keterbatasan dalam modal, keterbatasan akses terhadap informasi dan teknologi, kualitas produk yang kurang terduga dan masih banyak lagi. Meskipun data tersebut belum bisa di pastikan tetapi pemerintah terus mendorong UMKM agar dapat bersaing dengan inovasi dalam meningkatkan daya saing produknya.

Industri persaingan yang pesat membuat persaingan antar pelaku UMKM semakin tinggi, tuntutan demi tuntutan tentang produk baru terus bermunculan yang mengakibatkan para pelaku UMKM harus terus berinovasi sehingga dapat terus bersaing. UMKM dapat mewujudkan berbagai bentuk inovasinya seperti: pengembangan terhadap produk baru, meningkatkan kualitas produknya, efisiensi proses bisnis, pemasaran yang inovatif dan penggunaan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats).

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Inovasi

Kata inovasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *innovation* yang berarti “perubahan”. Inovasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses berpikir manusia yang bertujuan untuk menemukan sesuatu yang baru dalam rangka masukan, proses dan keluaran sehingga memberi manfaat bagi kehidupan manusia. Inovasi produk adalah produk atau layanan baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. (Pamungkas et al., 2022)

Pengertian UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) adalah usaha produktif milik perorangan atau perusahaan yang **memenuhi** kriteria sebagai usaha mikro. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian UMKM dibedakan melalui kriteria UMKM yang meliputi usaha mikro, usaha kecil menengah, dan usaha menengah.(Pandapotan Sitompul, 2022)

Pengertian Daya Saing

Daya saing diartikan dalam kamus sebagai “daya saing” atau kata yang berasal dari “bersaing”. Daya saing secara umum dipahami sebagai cara perusahaan, industri, atau negara membandingkan kinerja mereka dalam menjual dan menawarkan berbagai ragam produk barang maupun jasa yang berbeda di pasar. Daya saing juga merupakan indikator penting dalam pengembangan bisnis dan ekonomi. Lebih lanjut, daya saing dapat diartikan sebagai salah satu kekuatan atau kapabilitas dan keunggulan yang dihasilkan dari potensi sumber daya yang tersedia pada suatu negara. (Hayyin, 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian naturalistik dimana peneliti sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data bersifat triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi, Sugiyono (2020:9).

Penelitian pada data dilakukan melalui hasil studi literatur. dalam memilih literatur, kualifikasi diterapkan agar memastikan bahwa hanya literatur yang memiliki kualitas yang memadai untuk menjadi dasar analisis. Harapan dari hasil penelitian ini untuk memberikan pemahaman mengenai analisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal, serta dapat menjadi dasar pengembangan konsep dan kebijakan di bidang ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk bersaing secara global, memahami daya saing industri dan wilayah dapat menciptakan profil pendapatan dan lapangan kerja yang lebih merata. Karakteristik sumber daya manusia sangat erat hubungannya dan berhubungan langsung dengan tingkat pemahaman dan keterampilannya. Daya saing bisa diukur dari berbagai faktor, tidak hanya berdasarkan faktor teknologi dan ekonomi, namun juga bisa diukur berdasarkan faktor sosial. Daya saing suatu negara mencakup beberapa aspek utama, seperti peningkatan taraf hidup masyarakatnya, kemampuannya bersaing dengan kawasan dan negara lain, serta kemampuannya menyediakan lapangan kerja bagi banyak orang. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, memperluas pasar, dan berkontribusi terhadap PDB yang masuk pada pembangunan nasional.

Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Inovasi UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal

Daya saing suatu perusahaan di pasar global dipengaruhi oleh berbagai faktor. Selain itu, memperhatikan kualitas produk juga merupakan tanggung jawab dari pengusaha karena produk yang unggul akan mendapatkan pasar yang pasti. Pelanggan akan memilih suatu produk jika kualitasnya lebih baik dibandingkan produk sejenis. Inovasi produk juga memungkinkan perusahaan membangun nilai jual yang unik dan khas untuk menarik pelanggan dan meningkatkan pangsa pasar.(MARYANTI, 2019)

Terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal yaitu :

1. Faktor Internal yang mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal

a) Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) merupakan sumber daya yang paling penting dalam sebuah organisasi ataupun Perusahaan. Sumber daya manusia harus fokus dalam penyedia orang-orang tenaga kerja, bakat kreativitas, dan semangatnya bagi organisasi sehingga mampu dalam untuk mengembangkan produk barang atau jasa sehingga mampu dalam bersaing di dunia bisnis. Tanpa adanya orang yang kompeten, sebuah perusahaan atau organisasi akan sulit mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

b) Faktor keuangan

Keungan menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing produk maka penting dalam mengoptimalkan penggunaan modal dan sumber daya yang tersedia. Penggunaan sumber daya manusia dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan produk yang lebih inovatif dan meningkatkan daya saing. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengoptimalkan keuangan dengan sebaik-baiknya seperti meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya produksi, dan meningkatkan kualitas produk. Karena keuangan yang efektif dan penggunaan sumber daya manusia yang unggul sangat penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal. (Ulfah et al., 2023)

c) Faktor manajemen

Salah satu faktor dalam meningkatkan inovasi daya saing produk lokal adalah manajemen, maka dari itu penting dalam mengatur manajemen. Karena manajemen merupakan ilmu atau seni dalam mengelola sumber daya melalui proses Planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (Pengimplementasian) dan Controlling (Pengawasan). Dengan demikian, keberhasilan manajemen akan sangat tergantung pada pelaksanaan masing-masing fungsi tersebut.

d) Faktor teknologi

Inovasi merupakan salah satu faktor penting untuk meningkatkan daya saing produk lokal UMKM. UMKM yang secara efektif menerapkan strategi inovasi digital ini tidak hanya diperlengkapi untuk beradaptasi, tetapi juga untuk berkembang dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, sehingga memposisikan diri mereka untuk kesuksesan yang berkelanjutan.

2. Faktor Eksternal yang mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing produl lokal

a) Pasar

Dalam konteks ekonomi pasar, koperasi harus dipandang sebagai perkumpulan individu sebagai organisasi atau metode bisnis untuk melaksanakan kerjasama pasar, dan anggota sebagai agen ekonomi. Dengan itu pasar yang dinamis dan berubah-ubah dapat mempengaruhi inovasi

UMKM dan daya saing produk lokal. UMKM harus melakukan inovasi untuk menyesuaikan produk dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal.

b) Persaingan

Secara umum, persaingan harga tidak cocok untuk semua penjual (termasuk koperasi). Semakin kompeten tenaga penjualan Anda, semakin kompetitif pula Anda. Maka dari persaingan juga merupakan salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi inovasi dalam meningkatkan daya saing lokal karena semakin ketat di pasar dapat memacu UMKM untuk terus berinovasi agar tetap kompetitif.

c) Kebijakan pemerintah

Seiring dengan semakin terbukanya perekonomian dunia, peran koperasi dan UMKM perlu semakin ditingkatkan. Oleh karena itu, kami berharap perkembangan koperasi kami semakin meningkat dan tumbuh menjadi perusahaan yang sehat dan kuat. Tujuan dari pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) yaitu untuk memberikan kontribusi yang bermakna terhadap perkembangan ekonomi, menciptakan lapangan kerja dan peningkatan daya saing. Di sisi lain, pengembangan usaha mikro bertujuan untuk meningkatkan dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan kelompok berpendapatan rendah. Melalui dukungan pemerintah melalui kebijakan dan program dapat mendorong inovasi, seperti hibah, insentif pajak, dan pelatihan dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kemampuan inovatifnya.

Inovasi UMKM yang dapat meningkatkan Inovasi Daya Saing

Inovasi menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing UMKM. Kegiatan pemasaran yang konvensional kurang mampu mendorong pencapaian usaha secara maksimal mengingat saat ini telah memasuki dunia digital. Kunci utama dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah yaitu dengan terus meningkatkan inovasi dan teknologi karena era digital merupakan era digitalisasi. Jika UMKM mampu mengadopsi teknologi digital dan berhasil menerapkan inovasi produk maka akan mampu lebih bersaing di pasar yang semakin ramai. Proses pengembangan produk baru atau penyempurnaan produk yang sudah ada bisa melalui mutu yang bagus, fungsi, dan karakteristik merupakan pengertian dari inovasi produk. UMKM harus mempunyai kemampuan dalam mengembangkan produk-produk inovatif yang menarik sehingga konsumen lebih memperhatikan serta mampu meningkatkan daya saing pasar.

Beberapa contoh inovasi produk yang dapat dilakukan oleh UMKM

1. Mengembangkan produk baru atau yang ditingkatkan
2. Meningkatkan proses produksi
3. Mengembangkan strategi pemasaran baru
4. Membangun merek yang kuat

Inovasi produk menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital, UMKM akan lebih mampu menerapkan inovasi produk dan lebih mampu bersaing di pasar yang semakin ketat. Pemerintah juga berperan penting dalam mendukung dan membantu UMKM untuk mendorong kemampuan inovasi produknya salah satunya dengan mengatasi kegagalan pasar, mempercepat adopsi teknologi serta menciptakan ekosistem yang mendukung. (Mawardi et al., 2021)

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian yang telah dilakukan memiliki kesimpulan bahwa faktor internal maupun faktor eksternal mempunyai peran yang berpengaruh dalam meningkatkan inovasi UMKM serta dapat meningkatkan daya saing produk lokal. Faktor internal seperti manajemen, keuangan, dan teknologi berkontribusi dalam memperkuat inovasi UMKM. Sementara itu, faktor eksternal seperti pasar, persaingan, dan kebijakan pemerintah juga turut memengaruhi kemampuan UMKM untuk berinovasi dan bersaing.

Penting bagi UMKM untuk terus melakukan inovasi produk guna menyesuaikan dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia, meningkatkan efisiensi operasional, dan memanfaatkan teknologi secara efektif untuk menciptakan nilai jual yang unik.

Rekomendasi dari penelitian ini dapat menjadi panduan bagi UMKM dalam mengembangkan strategi inovasi yang dapat meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, diharapkan UMKM dapat terus berkembang, memperluas pasar, dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan nasional.

Berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal:

1. UMKM harus meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) melalui pelatihan dan pengembangan karyawan agar mampu berinovasi dan bersaing di pasar yang dinamis.
2. Penting bagi UMKM untuk mengelola keuangan dengan baik, mengoptimalkan penggunaan modal dan sumber daya yang tersedia untuk mendukung inovasi produk.
3. Manajemen yang efektif juga menjadi kunci untuk meningkatkan inovasi dan daya saing UMKM. UMKM perlu memperhatikan aspek manajemen secara holistik.
4. Penerapan teknologi yang tepat dan efisien dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing produk. UMKM perlu terus memperbarui teknologi yang digunakan sesuai dengan perkembangan pasar.

5. UMKM juga perlu memperhatikan faktor eksternal seperti pasar, persaingan, dan kebijakan pemerintah dalam merancang strategi inovasi produk.
6. Kolaborasi dengan pihak terkait seperti lembaga riset, perguruan tinggi, atau pemerintah dapat membantu UMKM dalam mengembangkan inovasi produk yang lebih baik.

Dengan memperhatikan saran-saran di atas, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing produk lokal melalui inovasi yang berkelanjutan dan strategis.

DAFTAR REFERENSI

- Euis Winarti, D. Purnomo, J. A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Di Perkampungan Industri Kecil (Pik)*. 8(2).
- Hayyin, A. (2023). SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1275--1289.
- MARYANTI, R. S. (2019). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Penelitian Pada Konsumen Bloods Concept Store Tasikmalaya)*. <http://repositori.unsil.ac.id/id/eprint/2872>
- Mawardi, A. I., Sholihatin, E., Aprilisanda, I. D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2021). Inovasi Pemasaran Produk Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(1), 418–432. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Pamungkas, A., Wahyono, G. B., & Kurniawan, M. Y. (2022). Pengaruh Perilaku Inovatif, Iklim Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada BRI Cabang Mojokerto. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 8(1), 1–8. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/7165>
- Pandapotan Sitompul. (2022). Digitalisasi Marketing UMKM. *Seminar Nasional Manajemen Dan Akuntansi, Vol. 1 No. 1 (2022): Tahun 2022*, 1–28. <http://ejournal.ust.ac.id/index.php/SMA/article/view/2215>
- Ulfah, I. F., Mustoffa, A. F., & Wijianto. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Sektor Produksi Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 23(02), 1–9.