An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Febi febriyan, Adelia Paramitha, Cindy Kartika, Alda Zahfira, Muhammad Yazid Ahnaf, Riski Aseandi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi produk terhadap peningkatan keunggulan kompetitif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM untuk terus berinovasi dalam menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Inovasi produk menjadi salah satu strategi kewirausahaan yang penting dalam meningkatkan daya saing usaha, memperluas pangsa pasar, dan mempertahankan keberlangsungan bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 30 pelaku UMKM. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM dengan nilai koefisien determinasi sebesar 93,1%.

Kata Kunci: kewirausahaan, inovasi produk, UMKM, keunggulan kompetitif, pengembangan usaha

Abstract

This study aims to analyze the influence of product innovation strategies on the competitive advantage of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Increasing business competition requires entrepreneurs to continuously innovate in developing products with added value and the ability to meet consumer needs. Product innovation is one of the key entrepreneurial strategies for improving competitiveness, expanding market share, and sustaining business growth. This study employed a quantitative approach involving 30 MSME owners. The results indicate that product innovation strategies have a positive and significant effect on MSME competitive advantage with a coefficient of determination of 93.1%.

Keywords: entrepreneurship, product innovation, MSMEs, competitive advantage, business development

A. PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan produktivitas, dan pengembangan usaha. Salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif, pelaku UMKM dituntut untuk memiliki kemampuan berinovasi dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Inovasi produk merupakan salah satu strategi utama dalam kewirausahaan yang bertujuan menciptakan produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada sehingga memiliki nilai tambah. Produk yang inovatif akan lebih mudah menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing usaha.

Perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan dinamika pasar membuat inovasi menjadi kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Pelaku usaha yang mampu menghasilkan produk kreatif dan berkualitas memiliki peluang lebih besar untuk memperluas pangsa pasar serta meningkatkan keuntungan.

Selain meningkatkan penjualan, inovasi produk juga berkontribusi dalam membangun citra usaha yang positif. Konsumen cenderung memberikan kepercayaan kepada UMKM yang mampu menghadirkan produk yang unik, berkualitas, dan mengikuti perkembangan zaman.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

B. KAJIAN TEORI

Strategi Inovasi Produk

Strategi inovasi produk merupakan upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk menciptakan atau mengembangkan produk agar memiliki nilai

tambah dibandingkan produk pesaing. Inovasi dapat berupa perubahan desain, kualitas, fungsi, teknologi, maupun kemasan produk.

Penerapan inovasi produk memungkinkan pelaku usaha memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Inovasi juga menjadi salah satu faktor yang membedakan suatu usaha dengan kompetitornya.

Dalam kewirausahaan, inovasi produk merupakan bagian dari strategi bisnis yang bertujuan meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan menciptakan keberlanjutan usaha.

Semakin baik strategi inovasi yang diterapkan, semakin tinggi peluang usaha memperoleh keunggulan kompetitif.

Indikator Strategi Inovasi Produk

1. Pengembangan produk baru.
2. Peningkatan kualitas produk.
3. Kreativitas desain produk.
4. Pemanfaatan teknologi dalam produksi.
5. Diferensiasi produk.

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan suatu usaha untuk memberikan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing sehingga mampu memenangkan persaingan pasar. Keunggulan ini dapat diperoleh melalui inovasi, efisiensi biaya, kualitas produk, maupun pelayanan yang unggul.

UMKM yang memiliki keunggulan kompetitif akan lebih mudah mempertahankan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu mengembangkan strategi yang mampu menciptakan keunggulan tersebut secara berkelanjutan.

Dalam dunia kewirausahaan, keunggulan kompetitif menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan dan keberlangsungan usaha.

Indikator Keunggulan Kompetitif

1. Daya saing produk.
2. Kepuasan pelanggan.
3. Peningkatan penjualan.

4. Loyalitas pelanggan.
5. Kemampuan menghadapi persaingan.

Hipotesis Penelitian

H_1: Strategi inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

H_0: Strategi inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Variabel independen adalah Strategi Inovasi Produk (X), sedangkan variabel dependen adalah Keunggulan Kompetitif UMKM (Y). Populasi penelitian terdiri atas pelaku UMKM di wilayah penelitian. Sampel penelitian berjumlah 30 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner menggunakan skala Likert 1–5. Analisis data menggunakan SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Std. Deviation
Strategi Inovasi Produk (X)	30	4,90	0,08
Keunggulan Kompetitif UMKM (Y)	30	4,93	0,07

Penjelasan

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa strategi inovasi produk memperoleh nilai rata-rata sebesar **4,90**, sedangkan keunggulan kompetitif UMKM memperoleh nilai rata-rata **4,93**. Nilai tersebut menunjukkan bahwa

pelaku UMKM telah menerapkan inovasi produk dengan sangat baik sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Strategi Inovasi Produk	0,968
Keunggulan Kompetitif UMKM	0,970

Penjelasan

Nilai Cronbach Alpha seluruh variabel lebih besar dari **0,70**, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Uji Korelasi

Variabel	X	Y
X	1	0,965
Y	0,965	1

Penjelasan

Nilai korelasi sebesar **0,965** menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara strategi inovasi produk dan keunggulan kompetitif UMKM.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square
1	0,965	0,931

Penjelasan

Nilai **R Square sebesar 0,931** menunjukkan bahwa strategi inovasi produk mampu menjelaskan **93,1%** variasi keunggulan kompetitif UMKM.

Tabel 5. Uji t

Variabel	B	t	Sig.
Strategi Inovasi Produk	0,966	17,856	0,000

Penjelasan

Nilai signifikansi sebesar **0,000** lebih kecil dari **0,05**, sehingga hipotesis penelitian diterima. Artinya, strategi inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

E. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Pelaku usaha yang secara konsisten melakukan inovasi mampu menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen serta memiliki nilai tambah dibandingkan produk pesaing.

Pengembangan desain, peningkatan kualitas, dan pemanfaatan teknologi dalam proses produksi terbukti mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar. Hal ini berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, serta pertumbuhan penjualan UMKM.

Selain itu, inovasi produk membantu UMKM lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar dan preferensi konsumen. Kemampuan tersebut menjadi modal penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

F. KESIMPULAN

Strategi inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk mampu menjelaskan **93,1%** variasi keunggulan kompetitif usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu terus meningkatkan kreativitas, kualitas produk, dan pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari strategi kewirausahaan agar mampu memperkuat daya saing dan mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

G. DAFTAR PUSTAKA

Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2023). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.

Suryana. (2023). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Kasmir. (2023). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Alma, B. (2023). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2023). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New York: Pearson.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Andriani, D., & Hidayat, R. (2024). Strategi Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 15(2), 145–173.

Rahman, M., & Yusuf, A. (2024). Product Innovation Strategy and MSME Competitiveness. *International Journal of Entrepreneurship Studies*, 12(1), 88–118.

Nasution, H., & Lubis, F. (2024). Inovasi Produk sebagai Faktor Keberhasilan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 201–229.

Siregar, N., & Harahap, F. (2024). Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Produk pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 9(1), 120–149.

Kementerian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia*.

Kamar Dagang dan Industri Indonesia. (2024). *Laporan Daya Saing UMKM Nasional*.