

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN MODAL TERHADAP DAYA SAING PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MOLEN DI TAWANGMANGU

Yedi Kristian Sapelege^{1,2}, Yusak Prakoso²

Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan^{1,2}

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product innovation and capital on the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) using mixers (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Tawangmangu. MSMEs play a crucial role in the national economy, but often face challenges such as limited capital and low product innovation. The research method used a quantitative approach with a census sampling technique of 45 MSMEs using mixers (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Tawangmangu. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS 16. The results showed that product innovation had a positive but insignificant effect on competitiveness ($\beta=0.107$; $p=0.070$), while capital had a positive and significant effect ($\beta=0.886$; $p=0.000$). Simultaneously, both variables contributed 94.1% to competitiveness. These findings indicate that capital is the dominant factor in increasing the competitiveness of MSMEs using mixers, while product innovation needs to be consistently improved. This study provides practical implications for MSMEs in strengthening their business capital and optimizing product innovation to compete in the market.

Keywords: Product Innovation, Capital, Competitiveness, MSMEs, Tawangmangu.

Korespondensi: Yusak Prakoso S.E., M.M.. Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan. Jl. Grojogan Sewu, Kalisoro, Kec. Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah 57792. Email: yusak@bukitpengharapan.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia, termasuk di Tawangmangu, di mana UMKM Molen menjadi salah satu usaha yang berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Namun, UMKM Molen menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, minimnya inovasi produk, dan persaingan pasar yang ketat (Rahmadhani et al., 2023). Penelitian ini berfokus pada dua faktor kritis, yaitu inovasi produk dan modal, yang diduga memengaruhi daya saing UMKM.

Inovasi produk diukur melalui pengembangan produk baru, keunikan, peningkatan kualitas, serta desain kemasan (Saraswati & Kusuma, 2022). Sementara itu, modal mencakup pembiayaan, lokasi usaha, sumber daya manusia, dan peralatan kerja (Widianita, 2023). Daya saing UMKM Molen ditentukan oleh kemampuan bertahan dan bersaing di pasar melalui harga, kualitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi (Husniar et al., 2023).

Tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap daya saing, (2) menguji pengaruh modal terhadap daya saing, dan (3) mengevaluasi pengaruh simultan kedua variabel tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dan pemerintah dalam merumuskan strategi pengembangan usaha.

KAJIAN PUSTAKA

Inovasi produk didefinisikan sebagai upaya menciptakan produk baru atau menyempurnakan produk lama untuk memenuhi kebutuhan pasar (Saputra & Bahrin, 2023). Indikatornya meliputi pengembangan produk baru, keunikan, peningkatan kualitas, serta desain kemasan (Nawawi, 2024). Penelitian sebelumnya oleh Dewi et al. (2022) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM.

Modal merupakan aset utama untuk memulai dan mengembangkan usaha, mencakup pembiayaan, lokasi, SDM, dan peralatan (Lestari & Widodo, 2021). Keterbatasan modal sering menjadi kendala utama UMKM (Nabawi & Basuki, 2022). Penelitian Kariyani & Meitriana (2022) membuktikan bahwa modal berpengaruh positif terhadap daya saing.

Daya saing adalah kemampuan UMKM untuk bertahan dan bersaing di pasar melalui keunggulan harga, kualitas, inovasi, dan teknologi (Hambali & Andarini, 2021). Teori Dynamic Capabilities (Saratian, 2025) menekankan pentingnya adaptasi terhadap perubahan pasar untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Inovasi produk berpengaruh positif terhadap daya saing.

H2: Modal berpengaruh positif terhadap daya saing.

H3: Inovasi produk dan modal berpengaruh simultan terhadap daya saing.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi 45 pelaku UMKM Molen di Tawangmangu. Sampel diambil secara sensus. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1-4 dan dianalisis menggunakan:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: Menggunakan Pearson Correlation dan Cronbach's Alpha ($\alpha > 0,60$).
2. Uji Asumsi Klasik: Meliputi uji normalitas, multikolinearitas ($VIF < 10$), dan heteroskedastisitas.
3. Analisis Regresi Linear Berganda: Untuk menguji pengaruh parsial dan simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Parsial (Uji-t):

- a. Inovasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan ($\beta=0,107$; $p=0,070$).
- b. Modal berpengaruh positif dan signifikan ($\beta=0,886$; $p=0,000$).

Uji Simultan (Uji-F): Kedua variabel berpengaruh signifikan ($F=334,229$; $p=0,000$).

Koefisien Determinasi (R^2): Kontribusi variabel independen sebesar 94,1%.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Maylista et al. (2022) yang menyatakan bahwa modal lebih dominan dalam meningkatkan daya saing. Inovasi produk yang tidak signifikan mungkin disebabkan oleh kurangnya konsistensi dalam pengembangan produk. Pelaku UMKM disarankan untuk memperkuat modal dan meningkatkan inovasi secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi produk dan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM Molen di Tawangmangu, baik secara parsial maupun simultan. Analisis statistik menunjukkan kontribusi gabungan kedua variabel sebesar 94,1%, dengan modal sebagai faktor dominan ($\beta=0,886$; $p=0,000$), sedangkan inovasi produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan ($\beta=0,107$; $p=0,070$). Temuan ini menegaskan pentingnya modal dan konsistensi inovasi untuk meningkatkan daya saing.

Saran yang diajukan meliputi: (1) Bagi pelaku UMKM, perlu meningkatkan inovasi produk yang unik dan memperkuat modal untuk mempertahankan loyalitas pelanggan; (2) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan mengeksplorasi variabel lain yang belum tercakup (5,9%) seperti strategi pemasaran atau teknologi; (3) Hasil penelitian ini terbatas pada konteks UMKM Molen di Tawangmangu dan tidak dapat digeneralisasi secara luas. Implikasinya, penelitian ini memberikan dasar bagi pengembangan kebijakan dan strategi UMKM berbasis modal dan inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, L. K. C., Antari, S., & Yuni, H. K. (2022). Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 18(2), 94–101.
- Kariyani, N. N. Y., & Meitriana, M. A. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Modal dan Teknologi Terhadap Daya Saing UMKM di Kecamatan Sawan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 1–11.
- Saratian, E. T. P. (2025). *Dynamic Capabilities Theory: Adaptasi dan Inovasi dalam Bisnis*. Penerbit Universitas Indonesia.