

ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM WAFFLE KITA

Mariana^a, Risa Febriyatna^b, Risti Nadila Febriyant^c, Yara Ardela^{d*}

^{abcd*} STIE Pembangunan Tanjungpinang

*E-mail: marianakie24@gmail.com, febriyatnarisa@gmail.com,
nadilarianty@gmail.com, yaraardela28@gmail.com,

Abstract

MSMEs have a great influence and play an important role in the Indonesian economy. MSMEs must be able to adapt to changes that may occur every year by making new innovations in products. Our Waffle MSME is an MSME engaged in the food sector that sells various types of waffles. The problem faced by Our Waffle SMEs is that there are competitors who sell the same type of food. This study aims to find out how the competitive advantages found in Our Waffles SMEs. The method used in this research is a qualitative research that provides descriptive information to the researcher. The object of research is Our Waffle MSME, while the research subject is the owner of the MSME. The data collection technique used by the researcher is to conduct direct interviews. Sources of data used in this study using primary data. The results show that Our Waffle MSMEs have a competitive advantages that distinguishes them from other MSME product. This competitive advantages comes from product innovation, which is the result of the creation of MSME owners by making waffles as gifts and birthdays. Then the fulfillment of the product based on the wishes of every consumer who places an orders.

Kata kunci: MSME, Product innovation, Competitive Advantages

Abstrak

UMKM memiliki pengaruh yang besar dan berperan penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM harus dapat beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang mungkin terjadi setiap tahun dengan melakukan inovasi-inovasi baru pada produk. UMKM Waffle Kita merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang makanan yang menjual berbagai jenis varian waffle. Permasalahan yang dihadapi UMKM Waffle Kita adalah adanya pesaing yang menjual jenis makanan yang sama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana keunggulan bersaing yang terdapat pada UMKM Waffle Kita. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kualitatif yang memberikan informasi deskriptif kepada peneliti. Objek penelitian adalah UMKM Waffle Kita, sedangkan subyek penelitian yaitu pemilik UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan melakukan wawancara secara langsung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Waffle Kita memiliki keunggulan bersaing yang membedakannya dengan produk UMKM lain. Keunggulan bersaing yang datang dari inovasi produk adalah

hasil kreasi pemilik UMKM dengan membuat Waffle sebagai hadiah perayaan dan ulang tahun. Kemudian pemenuhan akan produk berdasarkan keinginan dari setiap konsumen yang melakukan pemesanan.

Kata kunci: UMKM, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki peranan yang penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dimiliki oleh orang perorangan maupun badan usaha yang sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No.20 Tahun 2008. UMKM termasuk ke dalam usaha yang produktif dalam mendukung perkembangan ekonomi baik secara makro maupun mikro di Indonesia.

Namun melihat kondisi yang terjadi dalam dua tahun belakang, dimana terjadinya Pandemi Covid-19 mengakibatkan dampak yang besar bagi para pelaku UMKM. Hal ini yang menuntut setiap pelaku UMKM harus bisa melakukan inovasi-inovasi baru pada setiap usaha. Inovasi dilakukan oleh setiap pelaku UMKM untuk menunjukkan keunggulan bersaing yang dimiliki pada setiap produk mereka. Keunggulan bersaing ini yang menjadi penunjang keberhasilan UMKM dari waktu ke waktu dan berbeda dengan UMKM lain.

Keunggulan bersaing merupakan suatu keunggulan yang melebihi pesaing yang diraih dengan menawarkan nilai lebih besar kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat sesuai dengan harga yang mahal (Kotler dan Armstrong, 2008). Faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing salah satunya yaitu kompetensi dalam kewirausahaan. Kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mewujudkan kehidupan mandiri dengan kepribadian yang kuat, bertanggungjawab pada pekerjaan dan hasil, berani mengambil resiko, memiliki jiwa kepemimpinan, berfokus ke depan, menggali kemampuan diri dengan melakukan inovasi dan tidak mudah menyerah (M. Trihudyatmanto, 2017).

Waffle kita merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang makanan yang menjual berbagai jenis varian waffle dan diproduksi oleh Ibu June selaku pemilik UMKM. UMKM Waffle kita mulai berdiri pada juni 2021 yang beralamat di Jl. Hanjoyo Putro Km.9 (depan areca waterpark). UMKM ini beroperasi dari hari Senin sampai Sabtu pada pukul 13.00 hingga pukul 21.30. Awal mula didirikannya usaha ini oleh Bu June untuk mencari pendapatan yang lebih stabil karena pekerjaan sebelumnya hanya sebagai seorang freelance jasa makeup.

Pada awal usaha ini menerima pesanan melalui media online dengan sistem pre-order. Kemudian setelah usaha telah berjalan selama 9 bulan Ibu June memiliki kesempatan untuk membuka stand di ruko tempat tinggalnya. Saat ini usaha Ibu June sudah mempunyai berbagai macam varian rasa dan ukuran waffle yang berbeda-beda dari kecil hingga besar, bahkan usaha ini telah tersedia di aplikasi gofood dengan nama Waffle kita.

KAJIAN LITERATUR

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)

UMKM merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah yang diharapkan dapat membantu mengatasi perekonomian rakyat. UMKM ini adalah salah satu cara yang tepat untuk dapat dikembangkan di masyarakat Indonesia dan sebagai bentuk yang dapat meningkatkan perekonomian rakyat. UMKM dapat dibagi menjadi tiga bagian yang masing-masing memiliki ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemerintah (UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM) yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah.

Usaha Mikro adalah usaha yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Asset maksimal 50 juta dengan omset maksimal 300 juta. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha bukan anak perusahaan yang dimiliki. Dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak dari suatu usaha menengah. Asset > 50 juta sampai 500 Juta dengan omset maksimal 300 juta sampai 2.5 M. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau cabang yang dikuasai, dimiliki dan menjadi bagian langsung maupun tidak dengan usaha kecil atau besar. Asset > 500 juta sampai 10 M dengan omset 2.5 M sampai 50 M.

Inovasi Produk

Inovasi adalah suatu proses kegiatan berupa ide dan gagasan baru untuk menambah dan mengembangkan tujuan yang ingin dicapai. Inovasi sangat penting dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk mengembangkan usaha sehingga dapat bersaing dengan pesaing lain. Ada beberapa jenis inovasi yang dapat dilakukan oleh suatu usaha salah satunya yaitu inovasi produk.

Inovasi produk merupakan proses yang dilakukan dalam memperbaiki atau membuat produk yang baru. Dengan kata lain inovasi produk dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada produk. Permasalahan yang terjadi dalam dunia usaha biasanya meliputi terdapat produk bagus namun kualitas yang mahal atau harga murah tetapi produk tidak berkualitas. Menurut Myers dan Marquis (dalam Kotler, 2016 : 454), inovasi produk adalah hasil dari berbagai proses yang digabung dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang saling. Inovasi produk menjelaskan terkait produk seperti bagaimana bentuk produk, bagaimana isi produk, seperti apa rasa produk, seperti apa kualitasnya dan masih banyak lagi. Inovasi produk ini juga melihat bagaimana wujud dari kemasan produk yaitu berupa bentuk bungkus, tulisan, warna, ukuran kemasan, dan lainnya.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan gambaran terkait perbedaan yang dimiliki usaha pada usaha lain. Keunggulan bersaing menjadi ciri bahwa produk milik kita lebih unggul dari pada produk pesaing. Pada UMKM penting untuk memperhatikan keunggulan bersaing yang dimiliki, yang menjadi pembeda antara UMKM satu dengan UMKM lain dalam bidang yang sama. Menurut Satyagraha (dalam Sukarmen et al, 2013 : 66) keunggulan bersaing merupakan kemampuan dalam memberikan nilai lebih terhadap produk yang menciptakan manfaat bagi konsumen dibanding dengan pesaing lain.

Sunyoto (2015: 1) menyatakan keunggulan bersaing dapat dicapai dengan mengembangkan produk secara lebih spesial dan lebih untung dari milik pesaing. Menurut Sunyoto (2015 : 3) terdapat lima dimensi dalam menentukan keunggulan bersaing, yaitu meliputi : 1). Harga, dengan harga terjangkau pada suatu produk, hal ini menjadikan harga sebagai keunggulan bersaing yang membedakannya dengan pesaing lain 2) Kualitas, kualitas produk yang baik dan berbeda, maka dapat menjadi faktor penentu keunggulan bersaing yang dimiliki 3) Pengiriman yang dapat diandalkan, kita tahu bahwa masih banyak terdapat jasa pengiriman yang sulit diandalkan sehingga jika terdapat usaha yang memiliki jasa pengiriman yang bertanggungjawab, maka hal ini dapat menjadi salah satu keunggulan bersaing yang mungkin tidak dimiliki pesaing 4) Inovasi produk, setiap usaha tentu perlu melakukan inovasi-inovasi baru dari waktu ke waktu, hal ini yang membedakan usaha dengan inovasi dengan usaha yang tidak melakukan inovasi 5) Time to market, yaitu waktu yang dibutuhkan dari suatu produk untuk dapat tersedia atau dapat dijual ke konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dimana dengan menggambarkan objek dan subjek secara terperinci serta analisa metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang dilakukan dengan memanfaatkan data secara deskriptif. Penelitian kualitatif dilakukan untuk meneliti kondisi objek alamiah dengan fenomena yang ada pada perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing UMKM Waffle Kita.

Objek penelitian yaitu UMKM Waffle Kita yang beralamat di Jl. Hanjoyo Putro Km.9 (depan areca waterpark). Subyek penelitian ini meliputi satu (1) orang di satu tempat yang sama yaitu pemilik UMKM yang bernama Ibu June. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik wawancara. Menurut Kuncoro (2013) wawancara personal merupakan wawancara antara orang yaitu antara peneliti dengan reponden yang diarahkan oleh pewawancara dengan tujuan mendapatkan informasi yang diinginkan. Wawancara ini dilakukan dengan pemilik UMKM Waffle kita yang menjelaskan mengenai keunggulan bersaing sesuai dengan pertanyaan yang diajukan peneliti. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dinamakan data primer. Dimana data primer adalah data yang diambil secara langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara orang lain sehingga data yang diperoleh masih data mentah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM merupakan salah satu kebijakan yang dikeluarkan pemerintah yang diharapkan dapat membantu mengatasi perekonomian rakyat. UMKM ini adalah salah satu cara yang tepat untuk dapat dikembangkan di masyarakat Indonesia dan sebagai bentuk yang dapat meningkatkan perekonomian rakyat. Dalam menjalankan suatu usaha tentu saja perlu melakukan inovasi produk agar dapat terus bertahan. Melakukan inovasi berarti memberikan nilai tambah terhadap suatu produk yang bisa dijadikan sebagai keunggulan bersaing dalam usaha yang

dijalankan. Hal ini diharapkan akan mendatangkan apresiasi, sehingga dapat menarik minat lebih banyak konsumen dan meningkatkan profit sebuah usaha.

UMKM Waffle kita dalam menjalankan usaha mengalami masalah yang datang dari adanya pesaing yang menjual jenis makanan serupa, yaitu waffle. Seperti yang kita tahu bahwa waffle dibuat dengan bahan utama berupa tepung yang di campur dengan bahan pendukung lainnya. Di Tanjungpinang sendiri terdapat banyak brand waffle yang sudah terkenal di masyarakat. Dimana Waffle ini memiliki minat pada semua kalangan baik dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Banyaknya pesaing yang sama membuat Bu June melakukan inovasi pada produknya dengan cara yang berbeda dan kekinian.

UMKM Waffle kita melakukan inovasi produk dengan cara membuat model atau kreasi waffle untuk acara perayaan dan ulang tahun. Setiap konsumen yang melakukan pemesanan dapat merequest bentuk sesuai dengan keinginan mereka. Bukan hanya dari bentuk, namun varian rasa juga di inovasi kan dengan berbagai jenis seperti pandan choco chip, coconut pandan dan lain sebagainya. Penambahan topping dengan berbagai jenis seperti whipeed cream and strawberry, coklat, keju, srikaya dan lain sebagainya. inovasi ini dilakukan sehingga menghasilkan keunggulan bersaing pada UMKM Waffle kita yang dapat membantu dalam merebut dan mempertahankan posisi sebagai market leader. Inovasi produk ini yang menunjukkan bahwa UMKM Waffle kita lebih unggul dari pada milik UMKM lainnya.

Keunggulan bersaing ini bukan hanya datang dari penciptaan inovasi produk, namun ada hal lain yang menunjukkan bahwa UMKM Waffle kita memiliki keunggulan bersaing yang tinggi yaitu cara dalam melakukan penjualan dan harga produk yang dipasarkan. UMKM Waffle kita menjual produknya melalui sosial media seperti WhatsApp dan juga Instagram yang dikembangkan melalui konten-konten produk yang menarik perhatian. UMKM ini juga menawarkan harga produk yang murah dan giveaway akan produk untuk setiap konsumen. Hal ini lah yang menjadikan UMKM Waffle kita memiliki keunggulan bersaing yang tinggi karena inovasi-inovasi yang dilakukan.

SIMPULAN

Keunggulan bersaing merupakan gambaran terkait perbedaan yang dimiliki usaha pada usaha lain. Keunggulan bersaing menjadi ciri bahwa produk milik kita lebih unggul dari pada produk pesaing. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh UMKM Waffle kita adalah dengan menciptakan inovasi pada produk. Dimana Inovasi produk merupakan faktor penting yang menunjang keberhasilan suatu usaha yang dijalankan. Terlebih inovasi yang dilakukan pada UMKM untuk dapat bertahan dan bersaing dengan UMKM lain. UMKM Waffle kita memanfaatkan peluang yang ada dengan melakukan kreasi pada cara penjualan yaitu membuat produk untuk acara perayaan dan ulang tahun.

SARAN

Untuk dapat terus meningkatkan brand image sebuah usaha, UMKM Waffle kita tidak boleh cepat puas akan inovasi produk yang telah dilakukan. Karena bukan

tidak mungkin jika inovasi produk yang kita lakukan akan ditiru oleh kompetitor. Oleh karena itu UMKM Waffle kita harus terus berinovasi dan meningkatkan kreativitasnya untuk mencapai keunggulan bersaing yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP PEMASARAN UMKM. *Jurnal EMA*, 5(2). <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Serang, di K. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(3), 9. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i3.1252>
- Suci, Y. R. (2017). PERKEMBANGAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH) DI INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 8.
- Suhaeni, T. (2018). *Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)*. 4(1), 18.
- Syukron, M. Z., & Ngatno. (2016). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM JENANG DI KABUPATEN KUDUS. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14.
- Trihudiyatmanto, M. (2019). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik Pada UMKM Pande Besi di Wonosobo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), 22–32. <https://doi.org/10.32500/jematech.v2i1.397>