

## **Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi**

**Ratiah<sup>1</sup>, Hartanti<sup>2</sup>, Eka Dyah Setyaningsih<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, ratiah.rty@bsi.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, hartanti.hti@bsi.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, eka.edy@bsi.ac.id

### **ABSTRACT**

*This study aims to look at the impact of innovation on competitive advantage along with the role of Information Technology and entrepreneurial orientation as a driver for innovation. The increasingly fierce competition is not only from domestic products but also foreign products that are increasingly free to enter Indonesia. MSME products must be ready to compete on an international scale. If not, many MSMEs in Indonesia will suffer. MSMEs with small capital will also lose out to entrepreneurs with large capital to survive in this globalization influence. The government really must accompany and support the needs of MSMEs to develop and be ready to compete in globalization. The sample consists of MSME Entrepreneurs in the Jakarta area, there are 193 MSME Entrepreneurs who participate. Sampling using purposive sampling from BPS DKI Jakarta data, with criteria for companies that have 10-300 employees and a net worth of 50 million to 2.5 billion (Law Number 20/2008 concerning Micro, Small, and Medium Enterprises). Data were collected through a mail survey (google forms) and analyzed using multiple regression analysis. The results of this study indicate that innovation significantly and positively affects competitive advantage. The influence of Information Technology and entrepreneurial orientation on innovation also has a positive and significant effect. The results of this study also have two implementations: theoretical implementation where the results provide support for the right role of innovation in creating competitive advantage and its role in the Use of Information Technology and entrepreneurial orientation towards innovation. And Managerial implementation that MSME Entrepreneurs must focus on developing organizational values and capacities to encourage the creation of new business solutions. This resource is an entrepreneurial orientation based on information technology.*

**Keywords:** *Competitive Advantage, Innovation, Information Technology, MSMEs*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak inovasi pada keunggulan kompetitif bersama dengan peran Teknologi Informasi dan orientasi kewirausahaan sebagai pendorong untuk inovasi. Persaingan yang semakin ketat bukan hanya dari produk dalam negeri tetapi juga produk luar negeri yang semakin bebas masuk ke Indonesia. Produk UMKM harus siap bersaing skala Internasional. Bila tidak, akan banyak UMKM di Indonesia yang terpuruk. UMKM yang bermodal kecil pun akan kalah dengan pengusaha yang bermodal besar untuk bertahan dalam pengaruh globalisasi ini. Pemerintah benar-benar harus mendampingi dan menyokong kebutuhan UMKM untuk berkembang dan siap bersaing dalam globalisasi. Sampel terdiri dari Wirausahawan UMKM di wilayah Jakarta ada 193 Wirausahawan UMKM yang berpartisipasi. Pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dari data BPS DKI Jakarta, dengan kriteria perusahaan yang memiliki 10-300 karyawan dan kekayaan bersih yang dimiliki 50 juta sampai 2,5 miliar (UU Nomor 20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Data dikumpulkan melalui survei mail (google formulir) dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi secara signifikan dan positif mempengaruhi keunggulan kompetitif. Pengaruh Teknologi Informasi dan orientasi kewirausahaan pada inovasi juga berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian ini juga

memiliki dua implementasi: implementasi secara teoritis di mana hasilnya memberikan dukungan untuk peran inovasi yang tepat dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan perannya dalam Penggunaan Teknologi Informasi dan orientasi kewirausahaan menuju inovasi. Dan implementasi secara manajerial bahwa Wirausahawan UMKM harus fokus pada pengembangan nilai dan kapasitas organisasi untuk mendorong penciptaan solusi bisnis baru. Sumber daya ini adalah orientasi kewirausahaan yang berbasis pada teknologi informasi.

**Kata Kunci :** Keunggulan Kompetitif, Inovasi, Teknologi Informasi, UMKM

*Naskah diterima: 16-06-2021, direvisi: 28-06-2021, diterbitkan: 01-09-2021*

## **PENDAHULUAN**

Persaingan yang semakin ketat mendorong Wirausahawan UMKM untuk lebih mampu memahami perubahan struktur dan memilih strategi yang efektif demi mempertahankan posisi bersaingnya dalam menghadapi kompetitor. Wirausahawan UMKM dituntut untuk terus bergerak mengikuti perubahan yang ada serta mampu beradaptasi dengan kondisi lingkungan yang dinamis dan semakin modern. Perusahaan harus memiliki strategi yang efektif dan efisien agar mampu bertahan dalam persaingan serta mampu mencapai keunggulan bersaing. Hal tersebut sependapat dengan hasil penelitian dari (Asyhari, Pudjihastuti, and Kurdaningsih 2018) menunjukkan bahwa kualitas strategi bisnis, etika perilaku penjual, inovasi proses, perspektif orientasi kewirausahaan, dan adaptabilitas lingkungan usaha merupakan faktor determinan peningkatan kinerja bisnis UMKM. Begitu juga dengan hasil penelitian dari (Yusnita and Wahyudin 2019) yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM di Kabupaten Bangka. Semakin meningkat kapasitas inovasi yang dimiliki pelaku UMKM akan semakin tinggi keunggulan kompetitifnya. Serta hasil penelitian dari (Tyoso and Haryanti 2020) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui Kekuatan (*Strength*) yang terdiri dari tenaga kerja yang terampil, pelanggan yang setia, produk sesuai selera konsumen, inovasi produk dan proses produksi, serta lahan usaha yang memadai.

Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) telah mendorong pertumbuhan ekonomi menjadi lebih baik. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak ketinggalan ikut merasakan manfaat dari perkembangan teknologi tersebut. UMKM perlu memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) untuk meningkatkan daya saing perusahaan, mengingat di era globalisasi saat ini arena persaingan menjadi sangat kompetitif dan bersifat global. Pemanfaatan TI terbukti mampu memberikan keuntungan pada proses dan transaksi bisnis baik secara internal maupun eksternal. Pemanfaatan TI untuk mengelola perusahaan dapat mengurangi biaya transaksi, meningkatkan kecepatan transaksi antar bisnis begitu juga antara bisnis dan pelanggannya. Bukan hanya itu, ketika sebuah UMKM berbasis TI maka kinerja dan pelaksanaannya akan semakin mudah melalui komunikasi dengan pelanggan secara online tanpa harus memakan waktu lama untuk bertemu langsung sehingga proses pemasaran produk berjalan dengan lancar. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari (Lubis and Junaidi 2016) menyatakan bahwa rendahnya pemanfaatan teknologi informasi pada UMKM yang disebabkan: 1) rendahnya pemahaman terhadap manfaat teknologi informasi; 2) rendahnya ketersediaan investasi; 3) rendahnya dukungan lembaga pemerintah.. Hal yang sama juga dinyatakan oleh (Basry and Sari 2018) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa UMKM perlu memanfaatkan TIK untuk meningkatkan daya saingnya, mengingat di era globalisasi ini

arena persaingan semakin kompetitif, dan bersifat mendunia. Seperti yang telah dijelaskan di atas, salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melalui pemanfaatan TIK. Dengan pemanfaatan TIK akan mendorong UMKM untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dampak inovasi pada keunggulan kompetitif bersama dengan peran Teknologi Informasi dan orientasi kewirausahaan sebagai pendorong untuk inovasi. Sedangkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Inovasi berpengaruh positif terhadap Keunggulan bersaing/Kompetitif?
2. Apakah Sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap inovasi?
3. Apakah Teknologi Informasi dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Inovasi?

## KAJIAN LITERATUR

### Keunggulan Inovatif dan Kompetitif

#### A. Pengertian Keunggulan Kompetitif

Menurut (David 2011), menyatakan definisi keunggulan kompetitif merupakan kumpulan strategi untuk menentukan keunggulan suatu perusahaan dari persaingan di antara perusahaan lain. Strategi kompetitif meliputi biaya rendah dan diferensiasi. Sedangkan menurut Menurut (Porter 2007) keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Menurut (Amirullah 2015) Keunggulan kompetitif suatu perusahaan didapat dengan kemampuan menilai strategi yang sedang diterapkan oleh pesaing, sedangkan Menurut (Sunyoto 2015) Perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing harus memiliki kemampuan menghasilkan produk yang khas atau berbeda sehingga mampu menarik minat konsumen untuk membeli.

#### B. Strategi Keunggulan Kompetitif

Menurut (Porter 2007) ada Lima strategi kompetensi dasar dalam bersaing dalam strategi keunggulan kompetitif untuk bisnis yang sukses

1. Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*) Menjadi produsen rendah biaya dalam menghasilkan barang dan jasa, atau membantu menurunkan biaya bagi pemasok dan pelanggan, sehingga pesaing memiliki biaya produksi yang lebih tinggi.
2. Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*) Mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk dan layanan dari para pesaing atau mengurangi keunggulan diferensiasi dari pesaing. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk fokus pada produk atau jasa untuk memberikan keuntungan dalam segmen pasar yang unik/*niche market*.
3. Strategi Inovasi (*Innovation Strategy*) Menemukan cara baru dalam melakukan bisnis. Strategi ini dapat melibatkan pengembangan produk dan atau jasa yang unik guna memasuki pasar yang unik/*niche market*. Hal ini juga dapat melibatkan perubahan radikal dalam proses bisnis untuk memproduksi atau mendistribusikan produk dan layanan dari mayoritas jenis dan cara yang ada.
4. Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*) Secara signifikan memperluas kapasitas perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa, ekspansi ke pasar global, diversifikasi ke produk dan jasa baru, atau mengintegrasikan ke dalam produk dan jasa terkait.
5. Strategi Aliansi (*Alliance Strategy*) Membentuk hubungan bisnis baru/aliansi dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan, dan perusahaan lain. Hubungan ini bisa berupa merger, akuisisi, usaha patungan, pembentukan “perusahaan virtual,” atau pemasaran lainnya, manufaktur, atau perjanjian distribusi antara pelaku usaha dengan mitra dagangnya.

### C. Sumber *Competitive Advantage*

Menurut (Porter 2007) keunggulan bersaing perusahaan bersumber dari tiga hal, yaitu sebagai berikut:

1. *Cost Leadership* (Kepemimpinan Biaya). Dalam Strategi ini perusahaan berusaha untuk mencapai biaya paling rendah dibandingkan perusahaan lain dalam satu industri. Keunggulan biaya perusahaan dapat berasal dari berbagai sumber seperti keunggulan skala ekonomi (*economies of scale*), penerapan teknologi produksi yang tepat, memiliki akses terhadap bahan baku yang lebih menguntungkan di banding pesaing, dll. Perusahaan akan memperoleh manfaat yang sangat besar dengan adanya keunggulan biaya. Pertama, biaya yang rendah dapat menjadi hambatan masuk (*entry barrier*) bagi pesaing potensial yang ingin memasuki industri yang sama.
2. *Differentiation* (Diferensiasi). Dalam strategi ini, perusahaan berusaha untuk memiliki keunikan pada dimensi tertentu dari produk yang dihasilkan, dimana keunikan tersebut dianggap bernilai bagi konsumen. Perusahaan akan memilih beberapa atribut yang dianggap oleh pembeli sebagai atribut yang penting dan perusahaan berupaya untuk menempatkan posisinya secara unik agar dapat memenuhi kebutuhan para pembeli tersebut.
3. *Focus* (fokus). Dalam strategi ini, perusahaan akan memilih satu atau beberapa kelompok segmen dalam suatu industri kemudian mereka akan mengembangkan strategi yang sesuai untuk segmen tersebut yang tidak bisa dilayani dengan baik oleh pesaing lain yang memiliki cakupan pasar yang lebih luas. Melalui optimalisasi strategi ini, perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif pada segmen pasar tertentu meskipun mereka tidak memiliki keunggulan kompetitif dalam industri secara keseluruhan.

Selain itu, menurut (Sunyoto 2015) sumber *Competitive Advantage* adalah sebagai berikut:

- 1). Sumber daya, dan
- 2). Kapabilitas perusahaan

### D. Komponen *Competitive Advantage*

Adapun komponen-komponen *competitive advantage* menurut (Amirullah 2015) adalah:

- a. *Superior Efficiency*
- b. *Superior Quality*
- c. *Superior Innovation*
- d. *Superior Customer Responsiveness*

### E. Dimensi Dalam *Competitive Advantage*

Menurut (Sunyoto 2015) terdapat lima dimensi yang dapat digunakan untuk menentukan *Competitive Advantage* yaitu sebagai berikut:

1. Harga  
Harga, yang dibebankan pada pelanggan merupakan atribut yang paling memengaruhi keunggulan bersaing.
2. Kualitas  
Dapat digunakan sebagai alat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing dan merupakan elemen penting dalam penentuan nilai bagi pelanggan.
3. Pengiriman yang dapat diandalkan  
Dapat diandalkan adalah kemampuan perusahaan untuk mengirimkan produk/jasa tepat waktu, dalam tipe dan volume yang sesuai dengan keinginan pelanggan.
4. Inovasi  
Merupakan konsep lebih luas yang meliputi penerapan dari ide, produk, atau proses yang baru. Luasnya lini produk yang dimiliki sebuah perusahaan memengaruhi nilai dan pangsa pasar yang dapat diperoleh. Semakin tepat sebuah produk/jasa dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka semakin besar nilai yang akan diberikan oleh pelanggan untuk produk/jasa tersebut. Dengan bertambah luasnya lini produk, maka akan semakin banyak pelanggan yang dapat menemukan

produk/jasa yang memenuhi kebutuhan mereka.

#### 5. *Time to market*

Dimensi yang penting dari keunggulan bersaing. *Time to market* adalah sejauh mana sebuah perusahaan mampu untuk meluncurkan produk baru lebih cepat dari pesaingnya.

#### F. Langkah Strategis *Competitive Advantage*

Menurut (Sunyoto 2015) untuk memenangkan suatu persaingan diperlukan langkah strategis sebagai berikut:

1. Selalu berada di depan para pesaing baik dalam promosi, pembentukan citra maupun pemberian informasi.
2. Lebih unggul dari apa yang dimiliki pesaing, seperti: kualitas, kesesuaian produk, daya tahan, harga, sistem pembayaran, pelayanan, pemeliharaan, penawaran produk purna jual, delivery order, discount harga, garansi produk dan kemasan
3. Kerjasama pelayanan dengan produk atau usaha yang sama dengan perusahaan lain, seperti membeli tiket pesawat, tidak pernah terlambat atau tepat waktu, dan refund jika terjadi pembatalan pembelian mendadak.
4. Mempunyai keunggulan baru, seperti unggul dalam ukuran produk, rasa, distribusi produk, posisi pasar, dan teknologi yang digunakan, dan lain sebagainya.
5. Memiliki keunggulan mutlak, yaitu suatu keunggulan yang harus diciptakan dimana pihak pesaing akan kalah bersaing dengan adanya keunggulan tersebut, misalnya bidang sumber daya manusia, kepemimpinan, organisasi, strategi bisnis, teknologi, kualitas, inovasi, promosi, modal, sistem jaringan, komunikasi, dan lain-lain.
6. Memiliki strategi dan kebijakan strategis yang tepat, misalnya strategi biaya rendah, pembedaan produk, stabilitas, bertahan hidup, ekspansi produk atau pabrik, kualitas, harga, pelayanan, dan sebagainya.

#### G. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Competitive Advantage*

(Lasalewo 2012) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing adalah:

1. *Orientasi Pasar*. Orientasi pasar adalah sesuatu budaya bisnis dimana organisasi mempunyai komitmen untuk berkreasi menciptakan nilai unggul bagi pelanggannya.
2. *Pembelajaran Organisasi*. Pembelajaran organisasi merupakan proses meningkatkan suatu tindakan melalui pemahaman dan pengetahuan yang lebih baik. Organisasi dipandang sedang belajar pada saat organisasi berusaha mengkodefikasi kejadian-kejadian lampau kedalam rutinitas yang menjadi arahan perilaku, dan pembelajaran organisasi terjadi melalui berbagai sudut pandang, pengetahuan, model mental serta dibangun berdasarkan pengetahuan dan pengalaman terdahulu.
3. *Accounting Information System*. Adalah sistem yang mengumpulkan, menyimpan, mencatat, dan memproses data menjadi informasi yang berguna untuk proses pengambilan keputusan dalam perusahaan.

#### Sumber Daya Manusia dan Inovatif

##### 1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Menurut (Sofyandi 2013) menyebutkan manajemen sumber daya manusia yaitu: Peningkatan kontribusi produktif SDM suatu organisasi dapat dilakukan melalui penerapan fungsi-fungsi manajemen seperti: planning, organizing, leading, dan controlling dalam setiap aktivitas atau fungsi operasional SDM. Adapun pendapat dari (Malayu S.P Hasibuan 2017) mendefinisikan sumber daya manusia yaitu: "Suatu ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat". Sedangkan menurut (Handoko 2016) menyebutkan bahwa "Manajemen SDM sebagai suatu proses perencanaan (planning),

pengorganisasian (*Organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*) kegiatan-kegiatan pengadaan pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, dan pelepasan SDM, organisasi dan masyarakat.”

## 2. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Memahami fungsi manajemen akan memudahkan pula untuk memahami fungsi manajemen sumber daya manusia, yang selanjutnya akan memudahkan dalam mengidentifikasi tujuan manajemen sumber daya manusia. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia menurut (Malayu S.P Hasibuan 2017), yaitu:

### 1) Perencanaan (*Planning*)

Merencanakan tenaga kerja secara efektif dan efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam mewujudkan tujuan. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan program kepegawaian. Program kepegawaian meliputi pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, pengadaan, pengembangan, kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan, dan pemberhentian karyawan.

### 2) Pengorganisasian (*Organization*)

Kegiatan untuk mengorganisasikan semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, pendelegasian wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi. Organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan:

- a. Pengarahan (*Directing*). Kegiatan mengarahkan semua karyawan agar mau bekerja sama dengan efektif secara efisien dalam membantu tercapainya tujuan.
- b. Pengendalian (*Controlling*). Suatu kegiatan untuk mengendalikan semua karyawan agar mau menaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana. Apabila terdapat penyimpangan maka diadakan tindakan perbaikan dan penyempurnaan rencana.

- c. Pengadaan (*Procurement*). Proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengadaan yang baik akan membantu terwujudnya tujuan.

- d. Pengembangan (*Development*). Pengembangan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengadaan yang baik akan membantu terwujudnya tujuan.

- e. Kompensasi (*Compensation*). Kompensasi adalah pemberian balas jasa langsung atau tidak langsung berupa uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak. Adil artinya sesuai dengan prestasi kerjanya, sedangkan layak dapat diartikan memenuhi kebutuhan primernya.

- f. Pengintegrasian (*Integration*). Adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan agar tercipta kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan. Perusahaan memperoleh laba, sedangkan karyawan dapat memenuhi kebutuhan dari hasil pekerjaannya.

- g. Pemeliharaan (*Maintenance*). Pemeliharaan adalah untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas karyawan agar mereka tetap mau bekerja sama sampai pensiun. Pemeliharaan yang baik dilakukan dengan program kesejahteraan yang berdasarkan kebutuhan sebagian besar karyawan.

- h. Kedisiplinan (*Discipline*). Kedisiplinan merupakan fungsi manajemen sumber daya manusia yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik, sulit terwujud tujuan yang maksimal. Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk menaati peraturan-peraturan perusahaan dan norma-norma sosial.

- i. Pemberhentian (*Separation*). Pemberhentian adalah putusannya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan. Pemberhentian ini dapat disebabkan oleh keinginan karyawan, perusahaan, kontrak kerja berakhir, pensiun dan sebab lainnya.

### 3. Pentingnya Sumber Daya Manusia dalam Organisasi

Menurut (Husaini 2017) bahwa manajemen sumber daya manusia adalah mengelola sumber daya manusia. Dari keseluruhan sumber daya yang tersedia dalam organisasi, sumber daya manusia lah yang sangat penting dan sangat menentukan. Semua potensi yang dimiliki sumber daya manusia sangat berpengaruh kepada upaya organisasi dalam mencapai tujuan.

#### Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

##### A. Pengertian UMKM

Pelaksanaan usaha yang termasuk dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah telah diatur dalam Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. UMKM memiliki kriteria sebagai berikut : (1) Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan. (2) Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. (3) Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar.

##### B. Tantangan UKM di Indonesia

Permasalahan UKM di Indonesia biasanya sangat mendasar, seperti kurangnya

keuangan, terbatasnya teknologi, kurangnya fasilitas, sempitnya pemasaran, kurangnya manajemen mutu, peraturan administrasi yang tidak memadai dan daya beli yang terbatas, hal tersebut sejalan dengan (Jaffry Prabu Prakoso 2021) tentang pernyataan Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati yang menyatakan bahwa ada 5 tantangan UMKM, yaitu: pertama perolehan yang terkait dengan legalitas usaha. Kedua masalah pembiayaan. Ketiga Pendampingan. Keempat area produksi dan Kelima adalah masalah pemasaran . Berikut adalah tantangan-tantangan yang dihadapi oleh UKM dan bagaimana cara penyelesaiannya:

1) Tantangan UKM dalam manajemen pengetahuan

Pengetahuan memainkan peran penting dalam menentukan kemampuan inovasi perusahaan dan dalam meningkatkan kualitas kehidupan kerja para pekerja. Pengetahuan dalam UKM dikelola secara berbeda. Pada dasarnya, pengetahuan lebih mungkin dibuat, dibagi, ditransfer, dan diterapkan melalui mekanisme di UKM.

2) Tantangan UKM dalam Inovasi Produk

(Nurhajati et al. 2018) melakukan penelitian yang memfokuskan pada beberapa fenomena sebagai tantangan inovasi disruptif bagi UKM. Pertama, penutupan beberapa toko ritel modern di pusat-pusat belanja karena banyak konsumen melakukan belanja online. Kedua, ada Digital Free Trade Zone (DFTZ) tetapi UKM menghadapi tantangan untuk menghasilkan produk yang inovatif, berkualitas, dan mampu bersaing dari segi harga. Ketiga, kelemahan internal UKM terkait inovasi disruptif adalah rendahnya tingkat pendidikan, umur pelaku usaha relatif tua yang perlu adaptasi terhadap perkembangan teknologi, dan terbatasnya akses internet.

3) Tantangan UKM dalam Teknologi Informasi

Kemajuan teknologi informasi di dunia memberikan dampak terhadap model bisnis perusahaan. Demikian halnya juga dengan UKM, perkembangan teknologi seperti internet, website dan media sosial, seharusnya memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kemajuan teknologi membuat batasan-batasan yang mempengaruhi siklus perdagangan menjadi lebih mudah, baik itu jarak, komunikasi, pengetahuan baru atau informasi maupun transaksi pembayaran. Tetapi sayangnya, terkadang para pengusaha kecil menengah tidak menanggapi kesempatan ini sebagai sebuah peluang, atau yang sering kali terjadi adalah banyak UKM tidak mengertibagaimana cara membuat website dan blog untuk menawarkan barang dagangannya, mereka lebih menyukai transaksi pasaryang searahdari padamengelola hubungan dengan pelanggan melalui teknologi. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi dari pemerintah untuk mengembangkan bisnis UKM dengan bantuan sistem teknologi informasi agar jalanya bisnis lebih berkembang.

#### 4) Tantangan UKM terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang menjadi perhatian perusahaan-perusahaan besar. Kebutuhan pelanggan merupakan tren yang menjadi fokus utama pengembangan produk. UKM sering kali kurang berinisiatif dalam merespon dan mengelola kebutuhan pelanggan. Hal ini terlihat dari sangat jaranganya UKM meminta saran balik dari pelanggannya untuk mengembangkan produk yang telah dijual secara berlanjut. Sudah saatnya UKM mempertimbangkan untuk memperhatikan kepuasan pelanggan melalui manajemen hubungan pelanggan secara berlanjut.

#### 5) Tantangan UKM dalam Variasi Produk Segmentasi Pasar UKM di Indonesia biasanya fokus pada hasil yang lebih spesifik. Hal ini sangat wajar dikarenakan terbatasnya modal usaha, sehingga membuat UKM lebih fokus pada produksi satu atau dua barang agar pengembalian modal juga cepat. Oleh karena itu, sebaiknya UKM mencoba untuk menerapkan variasi produk dalam usahanya, sehingga masyarakat akan mempunyai banyak pilihan dan menjangkau pasar yang lebih luas dengan produk sesuai segmen pasar.

#### 6) Tantangan Pemilik UKM

Kemampuan kepemimpinan pemilik/pengusaha UKM juga ditantang oleh perubahan. Pemimpin UKM harus memahami bahwa pengetahuan di luar perusahaan terbuka sangat luas. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing dengan UKM yang lainnya, UKM harus menambah pengetahuan yang dimiliki karyawannya. Pemimpin UKM dapat mengirimkan karyawannya untuk seminar, konferensi atau melibatkan diri dalam aktivitas sosial untuk membangun jaringan dan tidak membuang-buang waktu dan uang. Dengan mengelola semua kegiatan dengan benar dan sinkronisasi pengetahuan di luar perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang.

#### 7) Tantangan Pemerintah dalam Pengembangan UKM

Pentingnya mengembangkan usaha kecil membuat pemerintah negara harus mengambil peran untuk menciptakan lingkungan ekonomi yang melayani pengembangan UKM. Sering kali para pengusaha UKM tidak mengetahui apa yang menjadi hak dan kewajiban UKM terhadap negara. Tanpa undang-undang yang jelas, maka gerak UKM akan terbatas dan sulit untuk UKM dapat mengembangkan usahanya apalagi bersaing dengan pasar. Oleh karena itu, pemerintah sekiranya juga harus menyiapkan sistem perundang-undangan khusus untuk menjamin keberlangsungan UKM di negaranya. Dengan demikian, hipotesis berikut diajukan:

1. Inovasi berpengaruh positif terhadap Keunggulan bersaing.
2. Sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap inovasi.
3. Teknologi Informasi dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Inovasi.

#### METODE PENELITIAN

Sampel dalam penelitian ini adalah Wirausahawan UMKM di wilayah Jakarta dan ada 193 Wirausahawan yang berpartisipasi. Pengambilan sampel menggunakan *purposive*

*sampling* dari data BPS DKI Jakarta, dengan kriteria perusahaan yang memiliki 10-300 karyawan dan kekayaan bersih yang dimiliki 50 juta sampai 2,5 miliar (UU Nomor 20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Dengan rincian: Wirausahawan mikro 28,9%, Wirausahawan kecil mewakili 56,8% sampel, dan wirausahawan menengah sebesar 14,4%. Data dikumpulkan melalui survei mail (Google Formulir) dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Kuesioner diberikan kepada 315 wirausahawan dan kuesioner yang balik sebanyak 193. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dilakukan analisis faktor dengan

menggunakan analisis komponen utama dan rotasi varimax. Menurut (Hair 2019) nilai reliabilitas baik apabila mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,7. Dari data yang diperoleh hasil nilai reliabilitasnya baik reliabilitas komposit dan reliabilitas maksimal keduanya mempunyai nilai yang lebih besar dari 0,7 artinya nilai dari reliabilitas komposit dan reliabilitas maksimal bisa diterima, hal ini menunjukkan bahwa semua indikator-indikator yang dipakai di dalam penelitian ini reliabel. Data diolah menggunakan SPSS Versi 23.

**PEMBAHASAN**

Tabel 1. Korelasi

	Alpha ( $\alpha$ )	1	2	3	4	5
<b>Innovativeness</b>	0.87					
<b>Competitive Advantage</b>	0.91	0.38*				
		**				
<b>Human Capital</b>	0.89	0.54*	0.53*			
		**	**			
<b>Pro-activeness</b>	0.84	0.52*	0.36*	0.46*		
		**	**	**		
<b>Risk-taking</b>	0.83	0.71*	0.42*	0.50*	0.44*	
		**	**	**	**	
<b>Mean</b>		5.34	5.41	5.23	5.41	5.07
<b>Std. Deviation</b>		0.94	0.72	0.77	0.90	0.94
<b>Skewness</b>		-0.62	-0.14	-0.93	-0.51	-0.54
<b>Kurtosis</b>		0.48	-0.30	2.20	0.42	0.23

Tabel 2. Analisis Regresi

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
<b>Control Variables</b>				
<b>Firm Size</b>	-0.00(-0.10)	-0.01(-0.18)	0.01(0.18)	-0.3(0.61)
<b>Ownership</b>	-0.05(-0.72)	-0.05(-0.72)	-0.08(-0.97)	-0.1(-0.33)
<b>Industry</b>	-0.07(-0.93)	-0.08(-1.27)	0.04(0.63)	-0.00(-0.08)
<b>Independent Variables</b>				
<b>Innovativeness</b>	-	0.33(5.58***)	-	-
<b>Independent Variable</b>				
<b>Human Capital</b>	-	-	-	0.17(2.88**)
<b>Entrepreneurship Orientation</b>	-	-	-	0.64(10.59***)

<b>R2 Change</b>	0.01	0.14	0.007	0.27
<b>F-Ratio</b>	0.57	8.29***	0.45	46.87***

Variables: Direct Competitive Advantage

Direct Effect on Innovativeness

Notes: Values of standardised regression coefficient are reported and t-values are in parentheses; \*p <.05; \*\*p <.01; \*\*\*p <.001; Durbin-Watson Model 2 (Dependent variable Competitive Advantage) = 1.857; Durbin-Watson Model 4 (Dependent variable Innovativeness) = 2.08.

Penelitian ini dianalisis menggunakan regresi berganda. Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa variabel kontrol hanya menjelaskan satu dari varian dalam keunggulan kompetitif (variabel dependen). Menurut hasil pada Tabel 2, Model 2, innovativeness ditambahkan, dan R2 meningkat sebesar 14%, menunjukkan bahwa inovasi menjelaskan 14% dari varian dalam keunggulan kompetitif. Hasil dalam Model 2 menunjukkan pengaruh positif dan signifikan inovasi pada keunggulan kompetitif ( $\beta = 0,38$ , t-nilai = 5,58, p <0,001), mendukung Hipotesis 1 yaitu inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi adalah nilai organisasi penting yang memastikan keunggulan kompetitif di pasar persaingan.

Model 3 dan 4 menunjukkan hasil dari efek langsung pada inovasi (variabel dependen). Variabel kontrol menjelaskan 0,7% dari varians dalam inovasi. Variabel independen ditambahkan dalam Model 4, dan hasilnya menunjukkan bahwa 27% dari keragaman dalam inovasi dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu, sumber daya manusia dan orientasi kewirausahaan. Model 4 menunjukkan bahwa modal manusia ( $\beta = 0,17$ , t-nilai = 2,88, p <0,01) dan orientasi kewirausahaan ( $\beta = 0,64$ , t-nilai = 10,59, p <0,001) baik secara positif dan signifikan mempengaruhi inovasi. Oleh karena itu, Hipotesis 2 dan 3 didukung. Artinya sumber daya manusia dan orintasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi.

Berdasarkan tabel 2 Model 4 menunjukkan bahwa modal manusia ( $\beta =$

0,17, t-nilai = 2,88, p <0,01) yang artinya UMKM menghadapi tekanan kompetitif di pasar karena keterbatasan sumber daya dan kemampuan inovasi dari wirausahawan UMKM, mereka harus berhati-hati dalam investasi sumber daya mereka untuk berhasil membangun keunggulan kompetitif di pasar. Banyak penelitian secara empiris dan konseptual mendukung peran yang sangat diperlukan dalam inovasi dalam keunggulan kompetitif perusahaan dan efek signifikan dari sumber daya manusia dalam membangun kemampuan inovatif.

Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan, jenis kepemilikan, dan latar belakang industri diuji sebagai variabel kontrol yang menganjurkan pentingnya variabel-variabel ini untuk inovasi perusahaan. Namun, temuan kami menunjukkan hubungan yang tidak signifikan dan pemilik atau manajer dalam sampel kami tidak berpikir bahwa variabel-variabel ini membantu UKM untuk mengembangkan inovasi.

#### 1. Implementasi Manajerial

Implementasi manajerial untuk hasil penelitian ini adalah bahwa peluang bisnis bagi wirausahawan UMKM di wilayah DKI Jakarta sangat besar baik dikancah nasional maupun internasional. Sehingga kemungkinan ekspansi ke pasar luar Jakarta maupun luar negeri cukup besar. Namun demikian, telah dipastikan bahwa meningkatnya persaingan di pasar nasional dan internasional di tengah globalisasi ekonomi menjadi tantangan terbesar wirausahawan. Wirausahawan UMKM harus fokus pada pengembangan nilai dan kapasitas organisasi untuk mendorong penciptaan solusi bisnis baru dengan bantuan teknologi informasi. Dan Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa wirausahawan UMKM harus fokus pada pengembangan nilai dan kemampuan organisasi yang akan mendorong penciptaan solusi bisnis yang lebih inovatif dalam rangka penciptaan nilai

dan keunggulan kompetitif di pasar nasional maupun internasional.

## 2. Implikasi Teori

Teknologi informasi dan inovasi terbukti mampu menciptakan keunggulan kompetitif terhadap UMKM. Dan penelitian ini menunjukkan bahwa menambah pengetahuan teoritis dalam hal investasi sangatlah penting bagi para wirausahawan agar dapat menganalisa lingkungan bisnis dengan baik. Karena keunggulan kompetitif akan tercipta melalui kemampuan dalam menciptakan inovasi karena inovasi memerlukan komitmen sumber daya. Dan hasil penelitian ini memberikan dukungan untuk peran inovasi yang tepat dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan perannya dalam Penggunaan Teknologi Informasi dan orientasi kewirausahaan menuju inovasi.

## SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Pengaruh Teknologi Informasi, Kemampuan SDM dan Orientasi Kewirausahaan pada inovasi juga memiliki dampak yang positif dan signifikan.

## REFERENSI

Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*.  
Asyhari, Asyhari, Sri Hindah Pudjihastuti, and Dian Marhaeni Kurdaningsih. 2018. "Peran Mediasi Keunggulan Kompetitif Pada Faktor Determinan Kinerja Bisnis UKM Di Sentra Tenun Batik Di Jawa Tengah." *Jurnal Siasat Bisnis* 22(2):111–31.  
Basry, Asril, and Essy Malays Sari. 2018. "Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK) Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)." *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer Dan Informatika* 2(3):53–60.  
David, Fred R. 2011. *No Title*.  
Hair, Joseph F. 2019. *The Great Facilitator, Reflections on the Contributions of Joseph F. Hair, Jr. to Marketing and*

*Business Research*. edited by M. Sarstedt.  
Handoko, T. Hani. 2016. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.  
Husaini, Abdullah. 2017. "Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi." *Jurnal Warta* 51.  
Jaffry Prabu Prakoso. 2021. "Sri Mulyani Ungkap 5 Tantangan UMKM Sulit Berdaya Saing Di Tingkat Global." *Bisnis.Com*.  
Lasalewo, Trifandi. 2012. "Perancangan Strategi Korporasi Industri Pakaian Jadi PT. XYZ Kota Gorontalo."  
Lubis, Tona Aurora, and junaidi junaidi. 2016. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Jambi." *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah* 3(3):163–74.  
Malayu S.P Hasibuan. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.  
Nurhajati, Nurhajati, N. Rachma, Rio Era Deka, and Erizaldy Azwar. 2018. "Inovasi Disruptif: Tantangan Dan Peluang Bagi UKM." *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1(2):214–26.  
Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy): Teknik Menganalisis Industri Dan Pesaing*. Karisma Pub.  
Sofyandi, Herman. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ed.1 Cet.2. Yogyakarta.  
Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*.  
Tyoso, Jaluanto Sunu Punjul, and Caecilia Sri Haryanti. 2020. "Perlukah Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Oleh UMKM? (Studi Kasus UMKM Semarang)." *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship* 9(2):123.  
Yusnita, Maya, and Nanang Wahyudin. 2019. "Strategi Peningkatan Keunggulan Kompetitif Umkm Melalui Kapasitas Inovasi Dengan Perspektif Gender." *ECONBANK: Journal of Economics and*

*Banking* 1(2):174–83.

#### **BIODATA PENULIS**

##### **Ratiyah, S.E., M.M.**

Lahir di Cilacap Jawa Tengah dan saat ini berkarir sebagai staf pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bina Sarana Informatika sejak tahun 2008 sampai sekarang dan memiliki jabatan fungsional akademik Lektor dan telah memiliki Sertifikasi Dosen. Selain mengajar saya juga aktif dalam menghasilkan karya ilmiah baik berupa seminar-seminar maupun jurnal ilmiah.

##### **Hartanti, S.E., M.M.**

Lahir di wonogiri dan saat ini berkarir sebagai staf pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bina Sarana Informatika sejak tahun 2008 sampai sekarang dan memiliki jabatan fungsional akademik lektor dan telah memiliki sertifikasi dosen. Selain mengajar juga menghasilkan karya ilmiah jurnal. Selain itu menghasilkan penelitian Dosen Pemula dengan judul “Pengembangan Strategi Pemasaran dengan Digital Marketing Studi Kasus Peternakan Ayam Barokah Desa Karang wuni, Dopleng Teras, Boyolali”

##### **Eka Dyah Setyaningsih, S.E., M.M.**

Mengajar di Universitas Bina Sarana Informatika sejak 2007 dan mengajar mata kuliah dalam bidang Akuntansi, Manajemen dan Perpajakan. Memiliki JFA Lektor dan sudah sertifikasi dosen. Beberapa publikasi tulisan telah di hasilkan baik jurnal maupun proceeding. Selain itu untuk bidang pengabdian masyarakat pernah mendapatkan hibah PKM (Program Kemitraan Masyarakat) dari Kemenristekdikti dengan pengajuan dana tahun 2018 dan pelaksanaan di tahun 2019

yang berjudul “ PKM Bagi Komunitas Usaha Kebon Pala Berseri Kecamatan Makasar Jakarta Timur. Kegiatan lainnya pernah menjadi narasumber mengenai Penyusunan Buku Ajar, Workshop Penginputan Hibah Pengabdian Masyarakat di lingkungan Universitas Bina Sarana Informatika serta menjadi narasumber mengenai Pramuwisata dalam rangka pengelolaan Desa Wisata di desa Srijaya Tambun Bekasi bekerjasama dengan Kementerian Pariwisata.