

KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN INOVASI (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan dan Minuman di Bandung Raya)

Amelia Setyawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Malang

E-mail: amelia.setyawati@gmail.com

Abstract

Micro small medium enterprises (MSME) are the backbone of the Indonesian economy, and even the world. The purpose of this study was to test empirically the effect of innovation on the competitive advantages of MSME sector food and beverage industry in Bandung Raya. The research used explanatory research to clarify the relationship between the study variables and test hypotheses. The sampling technique used is random sampling proportionate area. The sample used in the study amounted to 152 owners of MSME. The results of the study are significant effect on the competitive advantage of innovation

Keywords: *innovation, competitive advantage, Micro small medium enterprises*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang penting dalam pembangunan ekonomi, baik di negara-negara berkembang, maupun di negara-negara maju. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia sudah diakui bahwa UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam pertumbuhan kesempatan kerja dan peningkatan penghasilan. Perannya dalam pertumbuhan kesempatan kerja, sangat strategis, sejalan dengan upaya dari pemerintah untuk mengurangi angka pengangguran. Peran strategis yang lain dari UMKM adalah meningkatkan penghasilan, dimana UMKM ikut berperan dalam upaya pemerintah memerangi kemiskinan.

Banyak kisah tentang keberhasilan yang telah dicapai UMKM, namun banyak juga yang mengalami kebangkrutan. UMKM yang inovatif adalah yang mengidentifikasi, menafsirkan serta menerapkan pengetahuan secara efektif dan sesuai. Strategi kompetitif dan inovasi juga perlu diterapkan pada UMKM di Indonesia, agar dapat menghadapi persaingan di era globalisasi dan pasar bebas ini.

Inovasi harus diterima dengan baik. Inovasi adalah faktor penting dalam organisasi modern karena akan

meningkatkan keunggulan kompetitif, demikian pendapat Dunning dan Dunham dalam Wingwon (2012). Brock dan Evans (1986) dalam Munizu.M (2010), menyatakan bahwa UMKM adalah pelopor dalam dunia inovasi dan memiliki fleksibilitas tinggi yang memungkinkan usaha tersebut dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pendapat yang berbeda mengenai inovasi pada usaha mikro kecil menengah disampaikan oleh Hunger dan Wheelen (2006) yang menyatakan bahwa, perusahaan kecil adalah dimiliki dan dikelola secara pribadi, tidak dominan dalam operasinya, dan tidak terlibat dalam praktik inovasi. Bagi usaha-usaha lain di luar UMKM dapat dikategorikan sebagai praktik inovasi strategis. Perbedaan dasar tidak terdapat pada produk atau jasa yang akan ditawarkan, tetapi pada pandangan yang mendasar tentang pertumbuhan dan inovasi tersebut.

Menyadari adanya perbedaan pendapat para ahli tersebut di atas maka penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh dari inovasi terhadap keunggulan kompetitif. Hasil penelitian diharapkan juga akan dapat menjelaskan bagaimana pandangan pelaku usaha mikro kecil menengah terhadap inovasi, serta menambah kekayaan ilmu pengetahuan khususnya dalam hal pengaruh inovasi terhadap

keunggulan kompetitif pada UMKM sektor industri makanan dan minuman.

Inovasi (*innovation*) merupakan komersialisasi awal penemuan dengan menghasilkan dan menjual suatu produk, jasa atau proses baru. Pendapat seorang eksekutif menyebutkan bahwa inovasi mengubah ide menjadi keuntungan. Bagi beberapa manajer inovasi terlihat mudah diduga seperti sebuah pelangi, dan mudah dipelihara seperti seekor kupu-kupu (Jhon dan Richard, 2013)

Inovasi menurut Rogers (2003) dalam Tiwari dan Buse (2007) adalah, suatu ide, praktek, dan obyek dari seseorang, atau hasil adopsi dari unit yang lain. Hal yang baru tersebut tentu perlu melibatkan pengetahuan yang baru, sehingga secara efektif menyiratkan bahwa kebaruan harus memperhatikan kemajuan atau modifikasi dari pengetahuan yang ada. Pengetahuan yang akan selalu berkembang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks.

Inovasi biasanya tidak akan dilaksanakan pada lingkungan yang statis. Inovasi akan berhasil dalam suatu lingkungan yang dinamis yang melibatkan interaksi dari beberapa faktor internal dan eksternal. Riset dan pengembangan merupakan hal yang diutamakan, tetapi bukan bagian yang eksklusif dari proses inovasi. Dalam pelaksanaan proses inovasi, kemungkinan bisa terjadi tumpang tindih satu sama lain, maka proses inovasi bisa disederhanakan menjadi 3 (tiga) tahap sebagai berikut

Christensen dan Overdorf (2000) dalam Ramalho (2009) mengidentifikasi tiga faktor yang mempengaruhi inovasi perusahaan yaitu, sumber daya, proses dan nilai-nilai. Hardagon dan Sutton (2000) menyatakan bahwa perusahaan yang inovatif mempekerjakan orang-orang dengan keterampilan dan latar belakang yang saling melengkapi. Inovasi juga akan berjalan dengan baik bila diberikan insentif yang bermanfaat bagi pelaksanaannya.

Dunning and Dunham (2010) dalam Wingwon (2012) mengukur inovasi dengan, memperkenalkan proses kerja baru, fokus

pada produk baru, terus menerus melakukan perbaikan, dan, melakukan penelitian dalam pengembangan produk, serta mengembangkan pembaharuan untuk mengembangkan produk. Langkah-langkah tersebut dilakukan agar dapat memiliki keunggulan kompetitif.

Majeed (2011), menyatakan bahwa, keunggulan kompetitif merupakan hal yang sangat penting dan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja suatu usaha. Inovasi dalam setiap bidang kegiatan perusahaan memainkan peran sentral dalam membentuk keunggulan kompetitif sebuah perusahaan. Beberapa perusahaan berhasil melaksanakan inovasi, namun tergantung pada beberapa faktor, yaitu permintaan, industri pendukung, strategi perusahaan, dan persaingan (Gupta, 2015)

Al-Rousan dan Qawasmeh (2009) dalam Kahreh, Amadi dan Hashemi (2011) bahwa, di sisi lain, keunggulan kompetitif merupakan konsep manajemen yang telah begitu populer dalam literatur manajemen kontemporer saat ini. Alasan di balik popularitas tersebut adalah sebagai berikut, yaitu, perubahan demi perubahan yang bergerak cepat yang dihadapi oleh organisasi, kompleksitas lingkungan bisnis. Selanjutnya konsep keunggulan kompetitif sebaiknya segera dilaksanakan dalam setiap usaha, agar usaha tersebut dapat bertahan pada lingkungan saat ini yang bersifat global dan pasar yang tidak terstruktur, kebutuhan konsumen yang terus berubah, persaingan yang tajam, revolusi teknologi informasi dan komunikasi, serta perdagangan bebas.

Wingwon (2012) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif adalah, pertumbuhan asset, memiliki daya saing secara umum, menurunkan biaya produksi, dan memberikan layanan yang berbeda. Keunggulan kompetitif juga dapat diperoleh dengan melakukan inovasi proses layanan secara terus menerus (Day, 1994). Selanjutnya, bahwa keunggulan kompetitif akan sangat dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini dapat dikategorikan sebagai *Explanatory Research* dengan prosedur pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) untuk menjawab pertanyaan dan tujuan penelitian. Penelitian *explanatory* dilakukan untuk memberikan penjelasan dan gambaran mengenai suatu fenomena yang dikembangkan dalam model. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan *probability sampling techniques*. Dalam pengambilan sampel cara *probability sampling*, besarnya peluang atau probabilitas elemen populasi untuk terpilih sebagai subyek sampel diketahui (Sekaran, 2006). Salah satu teknik yang masuk kategori dalam *probability sampling techniques*, yang dipakai pada penelitian ini adalah, *proportionate random sampling area*. Responden yang digunakan dalam penelitian adalah UMKM sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Bandung Raya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.171	.177		12.298	.000
X	.376	.055	.488	6.840	.000

Dilihat dari tabel di atas, hasil pengujian pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetitif, nilai signifikansi <0,05 mengindikasikan terdapat pengaruh signifikan dan positif, semakin tinggi inovasi akan semakin tinggi pula keunggulan kompetitif. Artinya, bila UMKM sektor industri makanan dan minuman di Bandung Raya melaksanakan inovasi dengan baik, maka akan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitifnya.

Hasil uji t, 6.840 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t$ tabel, artinya terdapat pengaruh signifikan variabel inovasi terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM Bandung Raya sektor industri makanan dan minuman. Menurut peneliti, bahwa sebenarnya keunggulan kompetitif UMKM sektor industri makanan dan minuman di Bandung Raya sudah memiliki keunggulan kompetitif, walaupun hal tersebut kurang, atau bahkan tidak disadari oleh pemiliknya. Keunggulan kompetitif, khususnya pada diferensiasi produk sebenarnya sudah dimiliki oleh UMKM tersebut dengan melihat berbagai macam makanan dan minuman khas daerah masing-masing, dimana UMKM di Indonesia pada umumnya, dan Bandung Raya khususnya, sudah memiliki makanan dan minuman khas dari daerah masing-masing. Sebagai contoh, oncom Bandung, tahu Bandung, bajigur, dan bandrek, dimana setiap makanan dan minuman khas daerah tersebut sudah memiliki konsumen masing-masing, selain untuk dikonsumsi secara pribadi, juga dijadikan buah tangan.

Hasil penelitian memberikan bukti empiris dan mendukung pendapat dari Day (1994), yang menyebutkan bahwa keunggulan kompetitif juga dapat diperoleh dengan melakukan inovasi proses layanan secara terus menerus. Selanjutnya, Majeed (2011), yang menyatakan bahwa, keunggulan kompetitif merupakan hal yang sangat penting dan memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja suatu usaha. Inovasi dalam setiap bidang kegiatan perusahaan memainkan peran sentral dalam membentuk keunggulan kompetitif sebuah perusahaan. Lebih lanjut, bahwa hasil penelitian memberikan bukti empiris dan tidak mendukung pendapat Hunger dan Wheelen (2006) yang menyatakan bahwa, perusahaan kecil adalah dimiliki dan dikelola secara pribadi, tidak dominan dalam operasinya, dan tidak terlibat dalam praktek inovasi dalam mewujudkan keunggulan kompetitifnya.

Menurut pendapat peneliti, bahwa keunggulan kompetitif harus dipertahankan, dan dikembangkan, salah satunya dengan selalu melakukan inovasi, karena sifat manusia yang menyukai hal-hal baru serta

keadaan dunia dimana persaingan semakin kompleks dan tajam, akan banyak pesaing-pesaing yang kuat yang akan datang, berusaha dan kemungkinan berhasil merebut pasar yang telah dimiliki. Langkah-langkahantisipasi harus segera dilakukan, untuk mencegah terjadinya keadaan tersebut. Ada beberapa produk sektor industri makanan dan minuman di Bandung Raya yang sudah melakukan inovasi dari produk khas daerah masing-masing, seperti misalnya donat peyeum, dan kopi bajigur. Diharapkan kedepannya bahwa inovasi akan terus dilaksanakan dan dikembangkan, agar UMKM sektor industri makanan dan minuman Bandung Raya dapat memiliki keunggulan kompetitif.

Daftar Pustaka

- Brock , W.A. dan D.A. Evans (1986). *The Economics of Small Businesses: Their Role and Regulation in The U.S Economy*, New York: Holmes and Meie
- Christensen, C dan Verdorf, M (2000). Meeting The Challenge of Disruptive Change. *Harvard Business Review*, Mar-Apr
- Day, G.S. (1994). The Capabilities of Market – Driven oOrganizations. *Journal of Marketing*, 58(4) 37-52
- Dunning, P., & Dunham, R. (2010). *The Innovation's Way: Essential practices for successful innovation*. MIT Press.
- Gupta, Sata. Dev (2015). Advantage and Competitive Advantage: An Economics Perspective and a Synthesis. *Athens Journal of Business and Economics*. January 2015
- Hardagon, A dan Sulton, R (2000). Building an Innovation Factory. *Harvard Business Review*, May-June
- Hunger J. David dan Wheelen Thomas L (2006). *Strategic Management*. Edisi Bahasa Indonesia. p 205
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, JR (2013). *Manajemen Strategis. Strategic Management- Formulation, Implementation, and Conrol*. Penerbit Salemba Empat, Edisi 12
- Munizu, Musran (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMKM) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.12. No.1, 33-41.
- Ramalho, Calo (2009). Fostering Innovation and Entrepreneurship in Brazil through Private Equity and Venture Capital Public Policies. *SSRN Journal 1607223*
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovation*, 5th Edition. New York. Free Press
- Tiwari, Rajnish dan Buse, Stephan (2007). Barries to Innoation in SMEs: Can The Internationalization of R7D Mitigate Their Effects?. Hamburg University of Technology (TUHH). *Research Project Global Innovation*
- Wingwon, Boonthawan.(2012). Effects of Entrepreneurship, Organization Capability, Strategic Decision Making and Innovation Toward The Competitive Advantage of SMEs Enterprise. *Journal of Management and Sustainability*, 137-150