



Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM

Nur Fitri Ayu Nandini^{1*}, Winda Yuniar², Yulia Novita³, Ristiliana⁴

¹⁻⁴Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: nurfriayunndini@gmail.com¹, yuniarw321@gmail.com²,
yulia.novita@uinsuska.ac.id³, ristiliana@uin-suska.ac.id⁴

PenulisKorespondensi: nurfriayunndini@gmail.com

Abstract. *Product innovation plays an important role in helping micro, small, and medium enterprises (MSMEs) enhance their competitive advantage amid increasingly intense competition. Innovation is not limited to the creation of new products but also includes quality improvement, product variation development, packaging design renewal, and the utilization of technology to better meet consumer needs. Through these innovations, MSMEs are able to create competitive advantages in the form of product differentiation, increased value added, and the ability to maintain customer loyalty compared to competitors. In various MSME sectors such as food processing, handicrafts, and beverages, innovation strengthens product identity, enhances attractiveness, and builds positive consumer perceptions that contribute to improved market competitiveness. Meanwhile, MSMEs such as Sugar Souvenir demonstrate that innovation can also generate competitive advantages based on social and environmental values, for example through the use of recycled materials, empowerment of local labor, and collaboration with various partners to expand business networks. Overall, product innovation serves as a key strategy for MSMEs to build sustainable competitive advantage, enabling them to remain relevant, adaptive, and resilient in a constantly changing market.*

Keywords: *Product Innovation; MSMEs; Competitive Advantage; Market Competition; Business Strategy.*

Abstrak. Inovasi produk berperan penting dalam membantu UMKM meningkatkan keunggulan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Inovasi tidak hanya berbentuk penciptaan produk baru, tetapi juga meliputi perbaikan kualitas, pengembangan variasi, pembaruan desain kemasan, serta pemanfaatan teknologi agar produk lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Melalui inovasi tersebut, UMKM mampu menciptakan keunggulan kompetitif berupa diferensiasi produk, peningkatan nilai tambah, serta kemampuan mempertahankan loyalitas konsumen dibandingkan pesaing. Pada berbagai UMKM seperti olahan pangan, kerajinan, dan minuman, inovasi mampu memperkuat identitas produk, meningkatkan daya tarik, dan membangun persepsi positif konsumen yang berdampak pada peningkatan daya saing pasar. Sementara itu, UMKM seperti Sugar Souvenir menunjukkan bahwa inovasi juga dapat menghadirkan keunggulan kompetitif berbasis nilai sosial dan lingkungan, misalnya melalui penggunaan bahan daur ulang, pemberdayaan tenaga kerja lokal, serta kerja sama dengan berbagai pihak untuk memperluas jaringan bisnis. Secara keseluruhan, inovasi produk berfungsi sebagai strategi utama bagi UMKM dalam membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sehingga mampu tetap relevan, adaptif, dan bertahan dalam pasar yang terus berubah.

Kata kunci: *Inovasi Produk; UMKM; Keunggulan Kompetitif; Daya Saing; Strategi Bisnis.*

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja serta perputaran ekonomi masyarakat. Namun, di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan perubahan preferensi konsumen yang cepat, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing. Salah satu strategi yang dinilai efektif untuk meningkatkan keunggulan kompetitif adalah dengan menerapkan inovasi produk. Inovasi tidak hanya mencakup penciptaan produk baru, tetapi juga perbaikan desain, fungsi, kemasan, maupun pemanfaatan teknologi yang relevan dengan kebutuhan pasar (Hidayatullah & Pratama, 2025).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa inovasi berperan penting dalam membantu UMKM membedakan diri dari pesaing, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat posisi pasar. Pada UMKM pangan seperti Roti Maryam Syamil Lurah, inovasi varian rasa, proses produksi, dan pelayanan terbukti mampu meningkatkan minat beli konsumen sekaligus memperluas pasar (Dewi et al., 2024). Penerapan inovasi tidak hanya menghasilkan produk yang lebih menarik, tetapi juga menjadi strategi bertahan di era digital ketika preferensi konsumen berubah dengan cepat.

Inovasi produk berperan penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif, yaitu kemampuan UMKM untuk memiliki nilai unggul dan posisi yang lebih kuat dibandingkan pesaing. Menurut Nasir (2025), inovasi yang dilakukan melalui penggabungan desain tradisional dengan gaya modern, penggunaan bahan baku ramah lingkungan, serta pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pasar, dan memperkuat citra usaha. Keunggulan kompetitif tersebut tercermin dari kemampuan UMKM dalam melakukan diferensiasi produk, menarik minat konsumen, serta bersaing secara berkelanjutan di pasar lokal maupun internasional.

Inovasi produk juga memberikan dampak sosial dan lingkungan, seperti yang terlihat pada UMKM Sugar Souvenir. Melalui pemanfaatan sampah plastik sebagai bahan baku, UMKM tersebut tidak hanya menciptakan produk yang unik dan bernilai jual, tetapi juga berkontribusi pada pengurangan limbah masyarakat

sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dapat meningkatkan kinerja usaha sekaligus memberikan manfaat lebih luas bagi masyarakat dan lingkungan (Marselina et al., 2024).

Dengan demikian, inovasi produk memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM. Melalui inovasi yang berkelanjutan, UMKM dapat menghadapi persaingan pasar, memperkuat identitas produk, menjangkau konsumen baru, serta meningkatkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, penting untuk mengkaji bagaimana inovasi produk diterapkan dan sejauh mana inovasi tersebut berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang berperan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pemerataan ekonomi (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). UMKM memiliki karakteristik skala usaha kecil, keterbatasan modal, serta pengelolaan yang sederhana, namun bersifat fleksibel dan adaptif terhadap perubahan pasar (Tintin, 2018). Dalam menghadapi persaingan, UMKM perlu menerapkan strategi inovasi produk untuk menciptakan nilai tambah, diferensiasi, dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Keunggulan Kompetitif UMKM

Keunggulan kompetitif UMKM merupakan kemampuan usaha untuk menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaing melalui pemanfaatan sumber daya internal dan kemampuan manajerial yang dimiliki. Keunggulan kompetitif tidak hanya berasal dari faktor eksternal, tetapi juga dari kekuatan internal seperti tenaga kerja yang terampil, kualitas produk, inovasi produk dan proses produksi, serta kemampuan menyesuaikan produk dengan selera konsumen (Tyoso & Haryanti, 2020). Melalui inovasi yang berkelanjutan dan pengelolaan kualitas yang baik, UMKM dapat mempertahankan daya saing, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperluas jangkauan pasar.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur, yaitu metode yang dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis yang relevan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peran inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM. Proses pengumpulan data dilakukan melalui jurnal-jurnal ilmiah, artikel penelitian, laporan UMKM, dan dokumen pendukung lainnya yang membahas inovasi produk, strategi bersaing, serta perkembangan UMKM. Setiap sumber dibaca secara cermat untuk menemukan informasi penting terkait bentuk inovasi, faktor pendukung, hambatan, dan dampaknya terhadap daya saing. Temuan dari berbagai sumber tersebut kemudian dianalisis dengan cara membandingkan kesamaan dan perbedaan antar literatur sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif. Melalui metode literatur ini, penelitian dapat menyusun kajian yang kuat secara teori tanpa melakukan pengumpulan data lapangan, sekaligus memberikan gambaran yang lengkap mengenai bagaimana inovasi produk mampu memperkuat posisi UMKM dalam persaingan bisnis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian (Imas Fatimah Hasnatika, 2018) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang kuat terhadap peningkatan keunggulan kompetitif UMKM. Pada berbagai UMKM yang dikaji melalui delapan jurnal tersebut, kegiatan inovasi tampak dilakukan secara beragam sesuai karakteristik usaha masing-masing. Inovasi yang dilakukan tidak hanya berupa penciptaan produk baru, tetapi juga perbaikan mutu, pengembangan varian rasa atau motif, desain kemasan, serta perluasan lini produk. Hal ini terlihat jelas pada UMKM olahan durian seperti Duren KPK, di mana inovasi dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, pembaruan tampilan kemasan, hingga penciptaan varian yang lebih unik.

Pada UMKM di Bengkulu, (Herry Novrianda, 2025) inovasi tampak muncul dalam bentuk modifikasi produk yang telah ada, penyesuaian rasa, serta penambahan varian. Namun, sebagian besar inovasi bersifat bertahap, bukan inovasi radikal yang menciptakan produk sepenuhnya baru. Keterbatasan modal, fasilitas produksi, dan kemampuan teknis menjadi penyebab utama lambatnya

pengembangan inovasi pada UMKM ini. Meski begitu, inovasi bertahap tersebut tetap berdampak positif terhadap peningkatan minat konsumen dan membantu UMKM mempertahankan posisinya di tengah persaingan.

Selanjutnya, pada UMKM Batik Tulis Argotirto, inovasi terlihat melalui penciptaan motif baru, penggabungan warna, serta desain batik kontemporer yang tetap mempertahankan estetika tradisional (Ahmad Rifqi Mubarok, 2022) Inovasi ini terbukti tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memberikan karakter unik yang membedakan batik Argotirto dari batik daerah lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam mencapai keunggulan kompetitif, terutama pada aspek diferensiasi dan nilai seni.

Di sektor minuman, UMKM kopi Lampung menunjukkan bahwa inovasi rasa, teknik roasting, dan desain kemasan mempunyai hubungan erat dengan peningkatan daya saing (Ditya Rizky Ananda, 2025). UMKM yang melakukan inovasi kemasan modern dan variasi rasa yang lebih berani mampu menarik segmen pasar yang lebih luas. Inovasi tersebut berdampak pada persepsi konsumen bahwa produk kopi lokal memiliki kualitas yang bersaing dengan merek besar.

Berdasarkan hasil berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap peningkatan keunggulan kompetitif UMKM. Inovasi yang dilakukan oleh UMKM tidak selalu berbentuk penciptaan produk baru secara radikal, tetapi lebih banyak diwujudkan melalui inovasi bertahap seperti peningkatan kualitas produk, pengembangan varian rasa atau motif, perbaikan desain dan kemasan, serta perluasan lini produk. Berbagai bentuk inovasi ini terbukti mampu meningkatkan daya tarik produk, menciptakan diferensiasi, dan memperkuat persepsi nilai produk di mata konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap keunggulan kompetitif. Meskipun pada beberapa UMKM inovasi masih terkendala oleh keterbatasan modal, fasilitas produksi, dan kemampuan teknis, inovasi yang dilakukan secara bertahap tetap berdampak positif dalam meningkatkan minat konsumen dan membantu UMKM mempertahankan posisinya di tengah persaingan. Selain itu, inovasi yang mengombinasikan nilai

tradisional dengan sentuhan modern, seperti pada UMKM batik dan kopi lokal, terbukti mampu menciptakan karakter produk yang unik, meningkatkan daya saing, serta memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, inovasi produk dapat disimpulkan sebagai strategi kunci dan faktor penentu bagi UMKM dalam mencapai serta mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Pembahasan penelitian ini memperlihatkan bahwa inovasi produk menjadi salah satu fondasi utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif UMKM. Inovasi memiliki pengaruh besar karena membantu UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan konsumen, memperbaiki kualitas produk, dan menciptakan nilai yang berbeda dari pesaing. Kotler & Armstrong menjelaskan bahwa inovasi penting dalam membangun diferensiasi dan memperluas pasar, karena produk yang terus diperbarui lebih mampu menarik perhatian konsumen dibandingkan produk yang stagnan (Kotler & Armstrong, 2020). Hal ini sejalan dengan pandangan Hermawan (2021) yang menegaskan bahwa inovasi menjadi sumber keunggulan bersaing ketika usaha mampu menghasilkan kebaruan yang relevan dengan kebutuhan konsumen.

Pada UMKM Duren KPK, inovasi terbukti menjadi faktor penentu keberhasilan. Peningkatan varian rasa dan desain kemasan yang lebih menarik tidak hanya memperbaiki kualitas tampilan produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik emosional konsumen. Konsumen menganggap inovasi tersebut sebagai bentuk keseriusan UMKM dalam menjaga kualitas. Hal ini menguatkan pandangan bahwa inovasi berpengaruh besar karena mampu meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalitas produk (Hasnatika, 2018).

Pada UMKM Batik Tulis Argotirto, inovasi yang dilakukan berupa pembaruan motif dan kombinasi warna modern. Inovasi ini menjadikan batik tetap relevan dengan selera pasar masa kini tanpa meninggalkan unsur budaya tradisional. Kreativitas pemilik usaha dalam menciptakan motif baru membuktikan bahwa inovasi tidak selalu berarti meninggalkan tradisi, tetapi dapat berupa adaptasi nilai budaya menjadi bentuk baru yang lebih menarik. Hal ini sesuai dengan pendapat Mangkunegara (2020) bahwa inovasi kreatif dapat meningkatkan identitas dan daya tarik produk budaya, sehingga meningkatkan daya saing.. (Ahmad Rifqi Mubarok, 2022)

Sementara itu, UMKM di Bengkulu menunjukkan bahwa inovasi bertahap seperti penyesuaian rasa dan penambahan varian baru tetap memberikan dampak positif. Meskipun inovasi tidak bersifat besar, perubahan kecil yang konsisten mampu meningkatkan minat konsumen. Namun, hambatan seperti keterbatasan modal, fasilitas, dan keterampilan membuat inovasi tidak optimal. Faktor-faktor ini sejalan dengan temuan Pratiwi (2022) yang menyebutkan bahwa keberhasilan inovasi sangat dipengaruhi oleh akses sumber daya dan kemampuan manajerial UMKM.

Pada UMKM kopi Lampung, inovasi produk bukan hanya berfokus pada kualitas, tetapi juga pada pengalaman konsumen. Inovasi kemasan modern, cita rasa unik, serta teknik pengolahan yang lebih profesional menghasilkan produk yang lebih dihargai pelanggan . (Ditya Rizky Ananda, 2025). Hal ini memperkuat teori bahwa inovasi tidak hanya menyentuh aspek fisik produk, tetapi juga persepsi dan nilai pengalaman konsumen secara keseluruhan. Schmitt (2020)

Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada satu jenis UMKM saja, seperti UMKM kuliner, batik, atau kopi. Sementara itu, penelitian kami berjudul *“Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM”* memiliki ruang lingkup yang lebih luas. Penelitian ini tidak hanya mengkaji satu sektor, tetapi membandingkan berbagai sektor UMKM sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana inovasi bekerja pada konteks yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan perspektif baru berupa pengaruh inovasi terhadap persepsi dan pengalaman konsumen, yang belum banyak dibahas pada penelitian sebelumnya.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh besar terhadap daya saing UMKM karena inovasi mampu meningkatkan kualitas, diferensiasi, pengalaman konsumen, dan citra merek. Tanpa inovasi, UMKM sulit berkembang dan tertinggal dalam persaingan yang semakin ketat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM. Inovasi tidak hanya mencakup penciptaan produk baru, tetapi juga perbaikan kualitas, variasi, desain, dan teknologi. Berbagai studi pada UMKM pangan, kerajinan, dan minuman menunjukkan bahwa inovasi mampu meningkatkan diferensiasi, kualitas, serta persepsi konsumen. Namun, keberhasilan inovasi dipengaruhi modal, keterampilan, dan akses sumber daya. Secara keseluruhan, inovasi menjadi strategi utama agar UMKM mampu bertahan dan bersaing di pasar yang terus berubah.

DAFTAR REFERENSI

- Alkausar, B., Hijriah, H. Y., Kholidah, H., & Soemarsono, P. N. (2024). *Pengembangan Nilai Bisnis UMKM Melalui Inovasi Pemasaran Digital dan Edukasi Sertifikasi Halal pada Pengusaha UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 2(10),
- Ananda, D. R., & Nurhayati. (2025). *Peran Inovasi Produk dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi pada UMKM Olahan Kopi di Lampung Barat)*. Jurnal Media Akademik, 3(3).
- Dewi, D. K., Yuningsih, Y., Novita, D., Arizki, F., Santoso, H., Sindoro, N., & Cahyani, R. D. (2024). *Inovasi Produk dan Layanan dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM Roti Maryam Syamil Lurah*. Universitas Catur Insan Cendekia.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2018). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 4(3),
- Hidayatullah, S., & Pratama, D. (2025). *Perang Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM*. Journal of Applied Economics and Business Global, 1(1),
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson.
- Marselina, R. D., Hardiansyah, A., Srilusyana, E., Syaifulah, R., Priyadi, S. A., & Rahman, T. K. (2024). *Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis pada Kinerja Ekonomi Desa Bobojong Manggu (UMKM Sugar Souvenir)*. SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen, 2(1).
- Mubarok, A. R., Asiyah, S., & Hardaningtyas, R. T. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Strategi Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada UMKM Batik Tulis Argotirto)*. e-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis Unisma.
- Mangkunegara, A. P. (2020). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasir. (2025). *Peran inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM berbasis kerajinan*. Jurnal Edukasi Ekonomi, 9(2).

- Novrianda, H., Shar, A., & Rahim, A. (2025). *Analisis Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM di Kota Bengkulu*. Derivatif: Jurnal Manajemen, 19(2).
- Pratiwi, S. (2022). Faktor-faktor penentu keberhasilan inovasi UMKM di era digital. *Jurnal Wirausaha Indonesia*, 5(1).
- Suryana, S. (2017). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tintin.(2018). Pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing di industri kreatif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1).
- Tyoso, J. S. P., & Haryanti, C. S. (2020). Perlukah mempertahankan keunggulan kompetitif oleh UMKM? (Studi kasus UMKM Semarang). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 9(2).