

INOVASI DAN STRATEGI BISNIS UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING DARI UMKM DI KABUPATEN KUNINGAN JAWA BARAT

Dikdik Harjadi¹, Wachjuni²

dikdik.harjadi@yahoo.com
wachjuni@uniku.ac.id

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Kuningan

Abstrack

Innovations and business strategies are carried out by MSMEs in Kuningan Regency in order to increase competitive advantage. To make it easier for researchers, the object is the UMKM which has been a fostered partner of the Office of MSMEs and Cooperatives in Kuningan, West Java regency of approximately 5,151 MSMEs. This research method is quantitative with probability sampling, and with proportional random sampling technique. Data analysis tool Multiple Regression Analysis. The results of this study partially (t test) showed that innovation and business strategy had a significant positive effect on the competitive advantage of MSMEs in Kuningan District. And based on simultaneous results (F test) shows that innovation and business strategy together affect the competitive advantage of MSMEs in Kuningan Regency.

Keywords: *Innovation, Business Strategy, and Competitive Advantage*

Abstrak

Inovasi dan strategi bisnis dilakukan oleh UMKM yang ada di Kabupaten Kuningan agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Untuk mempermudah bagi peneliti, maka obyeknya adalah UMKM yang sudah menjadi mitra binaan dari Dinas UMKM dan Koperasi kabupaten Kuningan Jawa Barat lebih kurang sebanyak 5.151 UMKM. Metode penelitian ini kuantitatif dengan pengambilan sampel secara *probability sampling*, dan dengan teknik *Proportional Random Sampling*. Alat analisis datanya Analisis Regresi Berganda. Hasil dari penelitian ini, secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa inovasi dan strategi bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Kuningan. Dan berdasarkan hasil simultan (uji F) menunjukkan bahwa inovasi dan strategi bisnis bersama-sama mempengaruhi terhadap keunggulan bersaing dari UMKM di Kabupaten Kuningan.

Kata Kunci : *Inovasi, Strategi Bisnis, dan Keunggulan Bersaing*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia cukup besar dan memiliki kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi. Seperti yang disampaikan oleh menteri koperasi Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga bahwa ratio wirausaha Indonesia mengalami peningkatan, dimana pada Tahun 2013/2014 lalu masih dalam angka 1,67 persen, Sedangkan pada tahun 2017 saat ini berdasarkan data Badan Pusat Statistik mengalami kenaikan yaitu menjadi 3,1%. Walaupun pada kenyataannya masih cukup rendah dibandingkan dengan pertumbuhan di negara lain seperti Malaysia, China, Singapura, Jepang maupun AS.

Indonesia mendorong sekali terhadap lajunya pertumbuhan UMKM, pada dasarnya UMKM adalah usaha yang dibangun oleh individu dan bersifat mandiri. Pada penelitian yang pernah dilakukan Tambunan tahun 2005, UMKM di Indonesia berkontribusi bagi penciptaan lapangan kerja. Walaupun UMKM sangat berperan bagi perekonomian, namun pada kenyataannya memiliki ketahanan dalam daya saingnya rendah. Hal ini disebabkan karena berbagai keterbatasan, mulai dari sumber daya manusia yang kurang kreatif dalam berinovasi, kurang jeli dalam melihat peluang yang ada, serta kurangnya modal membuat mereka enggan berkembang untuk mencari pasar baru.

Kemampuan perusahaan berinovasi secara langsung ataupun tidak langsung menempatkan posisi dalam keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya. Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis, dan harus mampu menciptakan penilaian- penilaian baru, ide-ide baru, menawarkan produk yang inovatif dan peningkatan kinerja layanan yang memuaskan pelanggan.

West dan Far (Ancok, 2012) berpendapat mengenai Inovasi sebagai dasar untuk pengenalan dan penerapan dengan sengaja gagasan, proses, produk, dan prosedur baru pada suatu unit, dirancang sedemikian rupa yang bertujuan dapat memberikan keuntungan bagi individu, kelompok, organisasi dan masyarakat luas. Jika UMKM melakukan atau menerapkan inovasi, secara tidak langsung akan dituntut untuk menyusun strategi bisnis.

Dalam strategi bisnisnya UMKM harus mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, di samping itu dapat melihat peluang maupun ancaman yang ada dalam lingkungan bisnis tersebut. Pendapat dari beberapa penelitian sebelum ini, seperti dikemukakan oleh Ritter dan Gemünden (2004) serta Hankinson (2000) menyampaikan bahwa strategi bisnis dapat mengukur kemampuan dari kinerja suatu perusahaan. Maka tepat sekali jika strategi bisnis yang baik akan mampu mendorong UMKM bersaing dengan pebisnis yang ada di sekitarnya.

Hamel dan Phalarad (Rangkuti, 2004) mendefinisikan bahwa: "Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan. Perencanaan strategi hampir selalu di mulai dari "apa yang dapat terjadi", bukan mulai dari "apa yang terjadi". Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Kabupaten Kuningan Jawa Barat merupakan kota yang terletak dikaki gunung Ceremai memiliki banyak potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber sejarah, dan letak geografisnya. Kabupaten Kuningan terdiri atas 32 kecamatan, yang dibagi lagi atas sejumlah 361 desa dan 15 kelurahan. Pusat pemerintahan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan adalah salah satu daerah tingkat II di Propinsi Jawa Barat yang dalam pertumbuhan UMKM dari tahun ke tahun mengalami peningkatan cukup tinggi, hal ini sebagai mana dijelaskan oleh Kasi Distribusi dan Kemitraan UMKM dan Dinas Koperasi dan

UMKM Yudi Rickriyanto SE. (2015), total UMKM adalah sebanyak 21.334 yang terdiri dari UMKM pertanian 13.204 unit, industri perdagangan 3.376 unit, Industri non perdagangan 1.232 unit dan jasa lain 3.522 unit. Jumlah 21.334 UMKM tersebut, telah mempekerjakan total 37.506 pegawai. Dari operasionalnya juga telah menghasilkan aset lumayan besar. Yaitu mencapai total aset Rp.1.098.165.064.900 dengan total keuntungan Rp611.617.663.200. Adapun UMKM terbanyak ada di Kecamatan Cibingbin mencapai 375. Menyusul 277 UMKM di Kecamatan Kadugede dan 270 UMKM di Kecamatan Cimahi. Kecamatan Kuningan sendiri hanya 108 UMKM. Dari 21.334 UMKM di Kuningan, baru 5.151 UMKM yang telah mendapat binaan pemkab. Artinya 5.151 tersebut telah mendapat fasilitasi bantuan, baik berupa pelatihan, peralatan, mesin termasuk le-galitas formal PIRT dan lain-lain. Jumlah tersebut masih sangat sedikit dibanding potensi yang ada. Hal ini karena terbatasnya dana yang dimiliki oleh pemerintah dan juga kesiapan dari UMKM itu sendiri.

UMKM yang terdapat di Kabupaten Kuningan tidak lepas dari berbagi permasalahan, seperti fluktuasi hasil penjualan, dan masih dapat dilihat pengelolaan usaha yang masih sederhana karena tidak adanya inovasi dari pengusaha. Disamping itu strategi bisnisnya terhadap pemasaran produknya, pengembangan bisnis ke depannya kurang berkembang di bandingkan dengan usaha yang sama di daerah – daerah lainnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan dalam penelitian ini adalah apakah Inovasi dan Strategi Bisnis mampu mempengaruhi keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Kuningan Jawa barat ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis seberapa besar pengaruh Inovasi dan Strategi Bisnis terhadap kemampuan UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

Luaran penelitian

Sebagai masukan dan referensi bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan dan dalam menentukan kebijaksanaan yang berkaitan dengan masalah Dinas Koperasi dan UMKM Sebagai referensi pengetahuan tentang peranan UMKM dalam meningkatkan penerimaan pendapatan asli daerah di Kabupaten Kuningan.

LANDASAN TEORI

UMKM

Definisi tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan UU no 20 tahun 2008 dapat dibedakan berdasarkan kriterianya meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Adapun definisi dari Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Untuk Usaha Kecil adalah 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 yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Sedangkan untuk Usaha Menengah adalah 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. Jika dilihat dari sisi keuangan dan pendapat UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kunci bagi perusahaan/organisasi dalam upayanya menghadapi pesaing yang ada. Ada banyak- hal yang bisa dilakukan untuk me-ningkatkan keunggulan bersaing, antara lain Inovasi dan Strategi Bisnis. Seperti kita ketahui, beberapa peneliti menunjukkan bahwa inovasi dan strategi bisnis merupakan faktor yang

mendukung suatu perusahaan dalam bersaing.

Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003) mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi” dan Michael E. Porter (2004) menyampaikan “Mendefinisikan keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan didalam pasar yang bersaing, namun setelah beberapa dasawarsa adanya perluasan dan kemakmuran yang hebat mengakibatkan banyak perusahaan kehilangan pandangan mengenai keunggulan bersaing dalam upaya perjuangan untuk lebih berkembang dalam mengejar diversifikasi”. Dalam mempertahankan keunggulan bersaing banyak tantangan yang terbuka demikian juga banyak cara untuk mempertahankan keunggulan bersaing. Beberapa cara mempertahankan keunggulan bersaing yang bisa diidentifikasi diantaranya : 1) Unggulan Operasioanal; 2) Keunggulan Produk dan teknologi; 3) Kedekatan dengan pelanggan.

Kemampuan Inovasi untuk meningkatkan Keunggulan Bersaing

Kemampuan Inovasi dalam meningkatkan keunggulan bersaing dalam penelitian ini didukung oleh peneliti-peneliti sebelumnya, seperti yang diteliti oleh Setyawati et al. pada tahun 2016 bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis dan demikian juga keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada UKM di Purwokerto. Pada penelitian yang dilakukan oleh Lin dan Chen (2007), Mahesh dan James (2008) saat memperhatikan hubungan antara inovasi dan kinerja bisnis diketahui bahwa semakin tinggi tingkat inovasi per-usahaan, maka semakin tinggi kinerja bisnis juga.

Berdasarkan penjelasan diatas maka disusun hipotesa sebagai berikut :

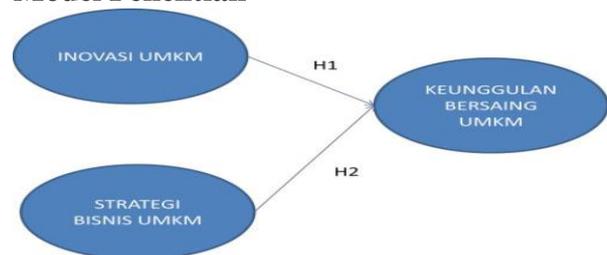
H1 : Inovasi berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Kemampuan Strategi Bisnis untuk meningkatkan Keunggulan Bersaing

Tahun 2011, Phongpetra menemukan strategi bisnis berfokus pada biaya lebih dominan mempengaruhi kinerja dari aspek keuangan dan pemasaran, dibandingkan dengan strategi bisnis pada kepemimpinan biaya dan differensiasi biaya. Selanjutnya Leitner, (2009) menemukan hasil strategi bisnis dengan kombinasi berpengaruh positif terhadap ketiga indikator kinerja profitabilitas, pertumbuhan produktifitas dan pertumbuhan omset, namun strategi kepemimpinan biaya dan differensiasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM.

H2 : Strategis Bisnis berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan keunggulan bersaing

Model Penelitian



Gambar 2
Model Penelitian

Hipotesis

H1 = Inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat

H2 = Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat

H3 = Inovasi produk dan strategi bisnis secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat

METODE PENELITIAN

Pada penelitian terhadap UMKM di Kabupaten Kuningan tahun 2017/2018 mengambil sampel sebanyak 231 unit yang terdaftar dan dalam pembinaan kemitraan dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat melalui metode *probability sampling*, dengan teknik *Proportional Random Sampling*.

Penelitian kuantitatif menggunakan Analisis Regresi yang dijalankan dengan perangkat lunak *Statistical Process Social*

Science (SPSS), digunakan untuk menganalisis data. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling*, dengan teknik *Proportional Random Sampling*.

PEMBAHASAN

Kemampuan Inovasi mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Kuningan dalam uji hipotesis diperoleh thitung sebesar 4,168 atau lebih besar dari 1,968 dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05. Pada uji koefisien (b1) dapat dilihat bahwa inovasi mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 22,7%. Oleh sebab itu penelitian dengan variabel inovasi keunggulan bersaing. Alasan diatas memperhatikan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Setyawati et al. (2016) yang menyatakan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, dan Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada UKM di Purwokerto. Lin dan Chen (2007), serta Mahesh dan James (2008) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi perusahaan maka semakin tinggi kinerja bisnis perusahaan. Berarti penelitian yang dilakukan saat ini juga sejalan dengan penelitian – penelitian yang sebelumnya.

Kemampuan Strategi Bisnis mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan diperoleh thitung sebesar 5,702 atau lebih besar dari 1,968 dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05 hal ini berarti strategi bersaing (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y). Pada uji koefisien (b1) dapat dilihat bahwa Strategi Bisnis mempengaruhi keunggulan bersaing sebesar 31,8%. Oleh sebab itu penelitian dengan

variabel Strategi Bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Kuningan Jawa Barat.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh dikemukakan oleh Ritter dan Gemünden (2004) serta Hankinson (2000) menyampaikan bahwa strategi bisnis dapat mengukur kemampuan dari kinerja suatu perusahaan. Maka tepat sekali jika strategi bisnis yang baik akan mampu mendorong UMKM bersaing dengan pebisnis yang ada di sekitarnya. Dalam penelitian Leitner, (2009) menemukan hasil strategi kombinasi berpengaruh positif terhadap ketiga indikator kinerja profitabilitas, pertumbuhan produktifitas dan pertumbuhan omset, namun strategi kepemimpinan biaya dan diferensiasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM.

Kemampuan Inovasi dan Strategi Bisnis secara bersama mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan besarnya koefisien determinasi (Adjusted R Square)= 0,169, artinya variabel inovasi dan strategi bisnis secara bersama-sama mempengaruhi variabel keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Kuningan sebesar 16,9%. Sedang 83,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutkan dalam penelitian ini.

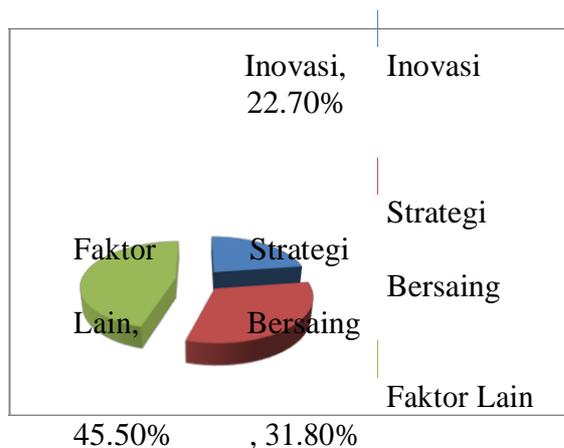
Kesimpulan

Data UMKM yang memiliki potensi khusus wilayah Kabupaten Kuningan dan terdaftar dalam dinas Koperasi dan UMKM pada tahun 2016 sebanyak 14.104 unit dengan jumlah asset dan omset sebesar Rp. 1.448.190.780.086 dan meningkat di tahun 2017 sejumlah 14.265 unit dengan total asset dan omset Rp 1.461.350.230.086. Untuk memudahkan dalam penelitian jumlah responden sebanyak 5.151 unit yang telah mendapatkan pembinaan dari dinas koperasi dan UMKM sampel yang diambil sebanyak 231 unit, berdasarkan data pembinaan tahun 2018. Sampai saat ini UMKM masih terus mendapatkan pembinaan, karena pergerakannya cukup lam-

bat, tetapi memiliki potensi besar untuk menjadi lebih besar lagi. Mereka berasal dari Kec. Pasawahan, Kec. Cilimus, Kec. Kuningan, Kec. Kadugede, Kec. Nusaherang, Kec. Cigugur, Kec. Darma, Kec. Ciawigebang, Kec. Maleber, Kec. Pancalang, Kec. Japara, Kec. Kramatmulya, Kec. Jalaksana, kec. Ciniru, Kec. Cilimus, Kec. Luragung, Kec. Lebakwangi, kec. Cigandamekar, kec. Sindang agung, kec. Cibeureum, kec. Subang, kec. Selajambe, kec. Mandirancan, kec. Hantara, kec. Cimbingin, dan kec. Garawangi.

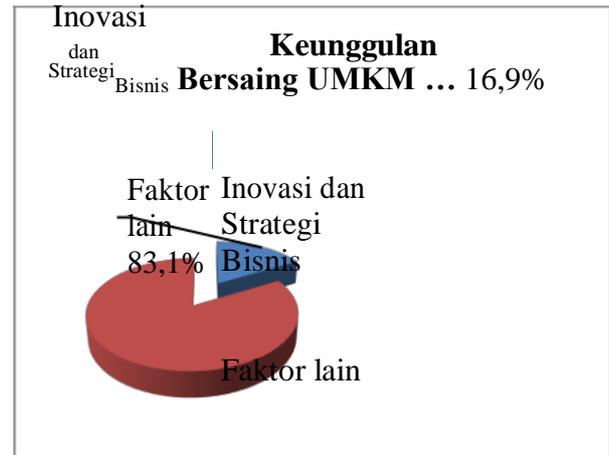
Berdasarkan analisis dan pembahasan tersebut di atas, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut: Tampak chart untuk kemampuan Inovasi dan Strategi Bisnis secara mandiri dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Kuningan Jawa Barat, seperti gambar di bawah ini

Keunggulan Bersaing UMKM Kabupaten Kuningan Jawa Barat



Gambar 5.1.
Kemampuan Inovasi dan Strategi Bisnis secara mandiri mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Ketika Inovasi dan Strategi Bersaing sama – sama diterapkan pada UMKM di Kabupaten Kuningan Jawa Barat maka akan memiliki pengaruh hanya sebesar 16,9% sedangkan yang lainnya dipengaruhi faktor lain seperti tampak pada gambar di bawah ini :



Gambar 5.2.
Kemampuan Inovasi dan Strategi Bisnis secara bersama mempengaruhi Keunggulan Bersaing Pada Kabupaten Kuningan Jawa Barat

Saran

Ada baiknya UMKM mampu menerapkan apa yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UMKM dalam pembinaan, sehingga mampu bersaing di Pasar. Dalam hal ini melakukan UMKM harus berusaha terus untuk selalu berinovasi baik produk, pe-layanan dan tehnologi disesuaikan dengan permintaan pasar dan tuntutan yang sekarang berjalan karena kita me-masuki era Industri 4.0. Diharapkan juga setelah mereka menerapkan inovasi dengan baik, UMKM dapat menentukan Strategi Bisnis apa yang harus dilakukan, sehingga ma-mpu bersaing di pasar.

Disamping itu, bukan hanya inovasi dan strategi bisnis saja yang mem-pengaruhi keunggulan bersaing bagi UMKM. Ada baiknya juga membuat strategi pemasaran yang baik terutama pemasaran digital yang marak digunakan. Serta penerapan defer-ensiasi biaya agar dapat menekankan biaya produksi yang tidak memiliki manfaat bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A., Nadia, N., & Samad, S. (2015). *Innovation and competitive advantage: Moderating effects of firm age in foods manufacturing smes in malaysia, procedia economics and finance*. Kuala Lumpur: Malaysia.
- Muhidin, Ali, S., & Maman, A. (2011). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.

<https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-umkm.html>.

Danuar, D., & Utama, T. (2013). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis ekonomi kreatif. *Diponegoro Journal of Economic*, 2(4), 1-13.

Yadnyai, I, P., & Santika, I, W. (2017). *Pengaruh inovasi, adopsi e-mmmerce, dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja pemasaran:*

Seminar nasional sains dan teknologi. Bali: Indonesia.

Kotler, Philip. & Amstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*, (10thed), Pearson Education Inc. New Jersey: Upper saddle River.