

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi penopang ekonomi masyarakat, tetapi juga berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi daerah melalui aktivitas produksi dan distribusi yang dilakukan secara luas (Sitompul et al., 2025). Perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan perilaku konsumen. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk melakukan berbagai strategi pengembangan usaha agar tetap bertahan dalam persaingan. Salah satu strategi yang dinilai penting dalam kegiatan usaha ialah penerapan inovasi, khususnya inovasi pada produk yang dihasilkan. Inovasi dapat memberikan nilai tambah serta meningkatkan daya tarik produk di pasar yang semakin dinamis. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi merupakan faktor penting yang dapat memperkuat kemampuan usaha kecil dalam menghadapi persaingan bisnis modern (Juminawati & Harsono, 2024).

Perkembangan teknologi, perubahan pola hidup masyarakat, serta meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk yang unik dan berkualitas memberikan pengaruh signifikan terhadap dinamika persaingan usaha pada sektor UMKM. Kondisi tersebut menuntut para pelaku usaha untuk terus melakukan pembaruan dan penyesuaian agar produk yang dihasilkan tetap relevan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar (Hia et al., 2022). Inovasi produk menjadi

salah satu strategi untuk menciptakan keunggulan kompetitif, karena melalui inovasi pelaku usaha dapat menghasilkan produk yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan dengan produk pesaing. Inovasi juga dapat dilakukan melalui pengembangan variasi produk, peningkatan kualitas bahan baku, serta desain kemasan yang lebih menarik bagi konsumen. Berbagai upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan minat beli sekaligus memperluas pangsa pasar yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil.

Inovasi produk merupakan upaya pengembangan dan pembaruan terhadap barang atau jasa melalui penerapan ide kreatif, pengetahuan, serta pemanfaatan teknologi guna menghasilkan produk dengan kualitas, fungsi, atau karakteristik yang lebih baik. Proses ini meliputi penciptaan produk baru maupun menyempurnakan produk yang telah ada agar dapat menyesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen di pasar. Inovasi produk juga merupakan strategi penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan nilai tambah pada produk, menarik minat konsumen, serta memperkuat daya saing dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin berkembang (Maria & Nurkhalida, 2024). Peran inovasi merupakan faktor penting dalam mendukung perkembangan dan keberlangsungan suatu usaha atau organisasi. Inovasi berperan dalam menciptakan pembaruan pada produk, proses, maupun strategi yang digunakan sehingga mampu meningkatkan kualitas serta nilai tambah yang ditawarkan kepada konsumen. Melalui inovasi, pelaku usaha dapat menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pasar pemanfaatan perkembangan teknologi, serta menciptakan keunggulan yang membedahkan produknya dari pesaing. (Azhari & Ali, 2024).

Daya saing usaha merupakan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan

dan menawarkan produk atau jasa yang memiliki keunggulan dibandingkan dengan pesaing di pasar. (Hasanah et al., 2025) menjelaskan bahwa kemampuan tersebut menunjukkan bagaimana pelaku usaha memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan usaha. Pemanfaatan sumber daya secara optimal mendorong terciptanya produk atau jasa yang memiliki nilai lebih bagi konsumen. Daya saing usaha juga berkaitan dengan kualitas produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk dengan kualitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus memperkuat posisi usaha di pasar. Penetapan harga yang tepat membuat produk lebih kompetitif sehingga lebih mudah menarik minat konsumen.

Pelaku usaha dengan tingkat daya saing yang tinggi memiliki peluang lebih besar dalam menarik konsumen serta mempertahankan keberlangsungan usaha. (Komalasari et al., 2022) menjelaskan bahwa daya saing usaha berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang lebih unggul dibandingkan pesaing melalui strategi yang tepat. Nilai tersebut dapat diwujudkan melalui pengelolaan sumber daya yang efektif serta kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan pasar. Penerapan strategi yang tepat juga mendorong pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi pada produk maupun layanan yang ditawarkan.

Kabupaten Sikka merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pengembangan UMKM khususnya pada sektor kuliner dan jajanan tradisional. Jajanan tradisional menjadi bagian dari kekayaan budaya lokal yang memiliki nilai ekonomi bagi masyarakat setempat sekaligus berperan dalam mempertahankan identitas budaya daerah. Keberadaan usaha tersebut turut memberikan peluang kerja bagi masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui kegiatan

produksi dan penjualan berbagai produk makanan khas daerah (Darwis et al., 2023). Dalam perkembangannya, pelaku UMKM di kabupaten sikka menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan persaingan usaha, keterbatasan inovasi produk, serta kemampuan pengelolaan usaha yang masih perlu ditingkatkan.

Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa strategi inovasi produk dapat meningkatkan daya saing usaha kecil terutama pada sektor makanan dan minuman (Harini et al., 2022). Penelitian dari (Ramdani et al., 2024) menunjukkan bahwa tingkat inovasi dan kreativitas pelaku usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM makanan ringan di kabupaten sukabumi. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (SARMILA, 2025) menunjukkan bahwa inovasi, teknologi, dan daya saing memiliki pengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Penelitian dari (Yunita et al., 2025) menunjukkan bahwa kombinasi antara strategi pemasaran yang mulai mengarah pada pemanfaatan teknologi digital serta inovasi produk berbasis kualiat mampu membantu UMKM pempek mempertahankan keberlangsungan usahanya. Adapun penelitian dari (Jocelyn & Christiarini, 2024) menyatakan bahwa penerapan berberapa inovasi pada UMKM aneka rasa memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM di daerah ini masih menghadapi keterbatasan pada aspek manajemen usaha, pemasaran, serta pemanfaatan teknologi sehingga mempengaruhi perkembangan usaha yang dijalankan. Kondisi tersebut berdampak pada kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing produk di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis. Perkembangan teknologi serta perubahan preferensi konsumen turut mendorong

pelaku UMKM untuk melakukan penyesuaian dalam pengelolaan usaha. Penelitian mengenai UMKM di Kabupaten Sikka menunjukkan bahwa penguatan strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, serta pengembangan inovasi produk memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja dan pendapatan pelaku usaha

Kebaruan penelitian ini terletak pada kajian mengenai pengaruh inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM yang bergerak pada usaha jajanan tradisional yang memiliki nilai ekonomi sekaligus menjadi bagian dari identitas budaya lokal masyarakat. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas inovasi produk pada UMKM secara umum atau pada sektor makanan modern sehingga kajian yang menyoroti jajanan tradisional masih relatif terbatas. Kebaruan penelitian ini juga terlihat pada penggunaan indikator inovasi produk yang meliputi variasi produk, kualitas produk, dan kemasan produk dalam menganalisis peningkatan daya saing usaha.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi pelaku UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka yang masih menghadapi keterbatasan dalam pengembangan inovasi produk (Nona et al., 2025). Kondisi tersebut mempengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan daya tarik produk serta menghadapi persaingan di pasar. Kajian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan daya saing jajanan tradisional.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM jajanan tradisional.
2. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini terdiri dari inovasi produk sebagai variabel independen (X) dan daya saing UMKM sebagai variabel dependen (Y).
3. Objek penelitian difokuskan pada UMKM yang bergerak di bidang usaha jajanan tradisional di Kabupaten Sikka.
4. Penelitian ini hanya meneliti inovasi produk yang berkaitan dengan variasi produk, kualitas produk, dan kemasan produk.
5. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi daya saing usaha seperti pemasaran, modal usaha, dan teknologi tidak dibahas secara mendalam dalam penelitian ini.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap daya

saing UMKM jajanan tradisional di Kabupaten Sikka.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen usaha dan kewirausahaan yang berkaitan dengan UMKM. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi atau sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan UMKM pada sektor kuliner tradisional.

2. Manfaat praktis

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis mengenai pentingnya inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM, serta menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan.

2. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan atau program yang mendukung pengembangan UMKM, khususnya dalam meningkatkan inovasi produk pada usaha jajanan tradisional.

3. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya melakukan inovasi produk untuk meningkatkan kualitas, daya tarik, serta daya saing produk di pasar.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai isi dari setiap bab yang terdapat dalam penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian teori yang berkaitan dengan penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, serta kerangka pikir penelitian yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian, yang meliputi sifat penelitian, definisi operasional dan indikator variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, pengembangan instrumen penelitian, uji kualitas data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian yang diperoleh dari pengelolaan data, gambaran umum responden, hasil analisis data penelitian, serta pembahasan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta

saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian tersebut.