



Inovasi Dan Daya Saing Umkm Di Era Globalisasi

Innovation And Competitiveness Of Umkm In The Era Of Globalization

Ahmad Lubis ¹⁾; Ahmad Soleh ²⁾; Muhammad Rahman Febliansa ³⁾

^{1,2,3)} Universitas Dehasen Bengkulu

¹ ahmadlubis1979@gmail.com, ² ahmadsoleh@unived.ac.id,

³ rahmanfebliansa@unived.ac.id

Abstrak

Inovasi dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era globalisasi menjadi sangat krusial untuk mempertahankan eksistensi dan pertumbuhan sektor ini. UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, dengan kemajuan teknologi dan persaingan yang semakin ketat, UMKM dituntut untuk beradaptasi melalui inovasi yang berkelanjutan. Inovasi tidak hanya mencakup pengembangan produk baru tetapi juga perbaikan dalam proses produksi, manajemen, dan strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi dalam UMKM serta dampaknya terhadap daya saing di pasar global. Hasil menunjukkan bahwa faktor internal seperti sumber daya manusia dan teknologi, serta faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan dinamika pasar, sangat mempengaruhi kemampuan UMKM untuk berinovasi. Dengan pemanfaatan teknologi digital dan pendekatan kreatif, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya, memperluas pasar, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.

Kata Kunci: Inovasi, Daya Saing, UMKM, Globalisasi, Teknologi Digital.

Abstract

Innovation and competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the era of globalization are very crucial to maintain the existence and growth of this sector. MSMEs contribute more than 60% to Indonesia's Gross Domestic Product (GDP) and absorb around 97% of the workforce. However, with technological advances and increasingly fierce competition, MSMEs are required to adapt through continuous innovation. Innovation includes not only new product development but also improvements in production processes, management, and marketing strategies. This research aims to analyze the factors that influence innovation in MSMEs and their impact on competitiveness in the global market. The results show that internal factors such as human resources and technology, as well as external factors such as government policy and market dynamics, greatly influence the ability of MSMEs to innovate. By utilizing digital technology and creative approaches, MSMEs can increase their competitiveness, expand markets and make a significant contribution to the national economy.

Keywords: Innovation, Competitiveness, MSMEs, Globalization, Digital Technology.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Perannya yang signifikan terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai lebih dari 60%, serta kemampuannya menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, terutama di sektor informal (Tambunan, 2019). Selain menjadi motor penggerak ekonomi, UMKM juga berperan penting dalam pemerataan pendapatan dan

pengurangan angka kemiskinan. Namun, di tengah persaingan global yang semakin ketat, keberlangsungan UMKM menghadapi tantangan yang kompleks, terutama yang berasal dari percepatan kemajuan teknologi dan dinamika globalisasi. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk tidak hanya bertahan dengan cara-cara konvensional tetapi juga beradaptasi melalui inovasi yang terus-menerus untuk menjaga keberlanjutan usaha mereka. Inovasi dalam sektor UMKM tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan pada berbagai aspek lain seperti proses produksi, strategi pemasaran, dan pengelolaan manajemen yang lebih efisien. Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi elemen penting untuk meningkatkan daya saing. Sebagai contoh, pemasaran berbasis digital memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga pasar global, dengan biaya yang relatif rendah (Rahayu & Day, 2017). Selain itu, digitalisasi juga memberikan peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengintegrasikan sistem pembayaran, serta membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan. Dengan cara ini, UMKM tidak hanya mampu mengikuti perkembangan zaman, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi produk dan layanan yang ditawarkan. Menurut teori inovasi Schumpeter (2018), inovasi adalah kunci utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam konteks UMKM, kemampuan untuk berinovasi sering kali ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup kualitas sumber daya manusia, penguasaan teknologi, serta modal sosial yang dimiliki oleh pelaku usaha. Sementara itu, faktor eksternal meliputi dukungan pemerintah melalui kebijakan yang mendukung, seperti program digitalisasi UMKM dan akses terhadap pembiayaan, serta dinamika pasar yang mendorong pelaku usaha untuk terus beradaptasi terhadap kebutuhan konsumen. Sebagai contoh, dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan digitalisasi dan akses kredit berbunga rendah telah membantu banyak UMKM untuk memulai transformasi digital mereka (Wagner et al., 2020). Dengan pendekatan kreatif dan optimalisasi teknologi digital, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan daya saing di pasar domestik tetapi juga memperluas cakupan pasar ke tingkat global. Hal ini berdampak positif tidak hanya pada pertumbuhan usaha, tetapi juga pada perekonomian nasional secara keseluruhan. Oleh karena itu, inovasi yang didukung oleh kebijakan strategis pemerintah, pelatihan berkelanjutan, dan kolaborasi dengan sektor swasta menjadi kunci bagi UMKM untuk terus berkembang dalam menghadapi tantangan global. Di tengah transformasi digital yang semakin masif, keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan peluang ini dapat membawa dampak yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

Inovasi dan Daya Saing UMKM

Inovasi merupakan elemen kunci dalam upaya meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), baik di tingkat pasar domestik maupun internasional. Dalam konteks ini, inovasi mencakup berbagai aspek, seperti pengembangan produk baru yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar, perbaikan proses produksi untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas, penerapan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif, serta manajemen yang responsif terhadap dinamika perubahan lingkungan bisnis. Berbagai penelitian, termasuk studi yang dilakukan oleh Ratiyah et al. (2021), menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pencapaian keunggulan kompetitif UMKM. Hal ini menjadi semakin penting di era persaingan global, di mana kemampuan UMKM untuk beradaptasi dan menciptakan nilai tambah melalui inovasi menjadi faktor utama dalam mempertahankan keberlanjutan usaha dan memperluas akses pasar. Dengan demikian, penguatan inovasi menjadi strategi yang tidak dapat diabaikan dalam mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM secara keseluruhan (Manongga et al. 2022).

Peran Teknologi Digital

Teknologi digital telah menjadi pendorong utama dalam transformasi UMKM, memungkinkan peningkatan efisiensi operasional, produktivitas, dan akses pasar secara signifikan. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, UMKM dapat menjangkau konsumen



tanpa terbatas oleh wilayah geografis, membuka peluang untuk ekspansi pasar yang lebih luas. Selain itu, penggunaan analitik data membantu UMKM dalam memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi tren pasar, dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Di sisi lain, otomatisasi proses bisnis memungkinkan UMKM mengoptimalkan alur kerja, mengurangi kesalahan manual, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan. Namun, keberhasilan implementasi teknologi ini sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor. Secara internal, kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni dan ketersediaan infrastruktur teknologi informasi (TI) menjadi elemen penting. Sementara itu, faktor eksternal, seperti dukungan kebijakan pemerintah yang mendukung digitalisasi UMKM, juga memiliki peran krusial dalam mempercepat adopsi teknologi (Cut susan Octiva, 2024). Dengan mengatasi tantangan ini, teknologi digital berpotensi mengubah UMKM menjadi lebih kompetitif dan inovatif di tengah persaingan global.

Dukungan Kebijakan dan Ekosistem

Kebijakan pemerintah yang mendukung berperan penting dalam mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi inovatif yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Kebijakan ini dapat berupa pelatihan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, pemberian insentif berupa subsidi atau kemudahan akses pembiayaan teknologi, serta regulasi yang mendukung transformasi digital. Selain itu, terciptanya ekosistem yang kondusif juga menjadi faktor kunci dalam memfasilitasi inovasi UMKM. Ekosistem ini melibatkan kolaborasi yang sinergis antara pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor swasta, di mana institusi pendidikan dapat menyediakan penelitian dan pengembangan teknologi, sementara sektor swasta dapat berkontribusi melalui investasi, penyediaan teknologi, atau pembinaan usaha. Studi menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif ini tidak hanya mempercepat inovasi, tetapi juga memperkuat posisi UMKM di pasar domestik dan internasional (Ratiyah, 2021). Dengan dukungan yang terintegrasi, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk berkembang secara berkelanjutan di era persaingan global.

Kerangka Teoritis

- Diffusion of Innovation Theory: Menjelaskan proses adopsi inovasi berdasarkan karakteristik inovasi dan cara penyebarannya.
- Technology-Organization-Environment (TOE) Framework: Mengidentifikasi faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan yang memengaruhi adopsi inovasi teknologi.
- Resource-Based View (RBV): Menekankan pentingnya sumber daya internal dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi.

Pengembangan Hipotesis

- H1: Faktor internal seperti kompetensi sumber daya manusia dan infrastruktur teknologi secara signifikan memengaruhi tingkat inovasi dalam UMKM.
- H2: Adopsi teknologi digital memiliki hubungan positif dengan daya saing UMKM di pasar global.
- H3: Dukungan kebijakan pemerintah dan ekosistem yang kondusif berpengaruh positif terhadap keberhasilan implementasi inovasi di UMKM.
- H4: Inovasi produk dan proses secara langsung meningkatkan efisiensi dan ekspansi pasar UMKM.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk mendukung analisis pada topik inovasi dan daya saing UMKM ini umumnya mencakup pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan

kuantitatif digunakan untuk mengukur kontribusi UMKM terhadap perekonomian, seperti persentase terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan tingkat penyerapan tenaga kerja, dengan memanfaatkan data sekunder dari sumber terpercaya, seperti laporan pemerintah, Badan Pusat Statistik (BPS), dan publikasi penelitian sebelumnya. Sementara itu, pendekatan kualitatif diterapkan untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi inovasi, seperti kualitas sumber daya manusia, adopsi teknologi digital, kebijakan pemerintah, serta dinamika pasar. Wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pembuat kebijakan, dan pakar ekonomi sering digunakan untuk memperoleh wawasan kontekstual yang lebih kaya (Creswell, 2014). Studi literatur juga menjadi metode penting untuk menganalisis teori-teori relevan, seperti teori inovasi dari Schumpeter (2018), yang memberikan landasan konseptual mengenai pentingnya inovasi dalam menciptakan daya saing. Selain itu, metode survei digunakan untuk mengumpulkan data primer terkait tantangan dan peluang yang dihadapi UMKM dalam era digitalisasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan metode statistik deskriptif dan inferensial untuk menemukan hubungan antara variabel, seperti dukungan kebijakan pemerintah dan kemampuan inovasi UMKM (Sugiyono, 2017).

4. Hasil Dan Pembahasan

Inovasi dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era globalisasi menjadi sangat penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan sektor ini. UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja, menjadikannya pilar utama dalam perekonomian. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM semakin kompleks dengan kemajuan teknologi dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu, adaptasi melalui inovasi yang berkelanjutan menjadi suatu keharusan. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan dalam proses produksi, manajemen, dan strategi pemasaran. Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi dalam UMKM dapat dibagi menjadi dua kategori utama: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi sumber daya manusia, keuangan, manajemen, dan teknologi. Sumber daya manusia yang terampil dan kompeten sangat penting untuk mendorong inovasi, sementara pengelolaan keuangan yang baik memungkinkan UMKM untuk berinvestasi dalam pengembangan produk dan teknologi baru. Di sisi lain, faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah, dinamika pasar, dan persaingan juga berperan signifikan dalam mendukung atau menghambat inovasi.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang aktif melakukan inovasi cenderung lebih mampu bertahan dan mengalami pertumbuhan pendapatan yang lebih baik. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan pendekatan kreatif dalam pemasaran serta pengembangan produk, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya di pasar global. Misalnya, penerapan teknologi otomatisasi dalam proses produksi dapat menurunkan biaya operasional sekaligus meningkatkan kualitas produk. Selain itu, strategi pemasaran yang inovatif seperti penggunaan media sosial untuk promosi dapat memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini menegaskan bahwa inovasi merupakan kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di era globalisasi. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi serta menerapkan strategi yang tepat, UMKM tidak hanya dapat bertahan tetapi juga berkembang dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

5. Kesimpulan

Inovasi merupakan elemen kunci yang menentukan daya saing dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era globalisasi. Kontribusi UMKM yang signifikan terhadap perekonomian, baik melalui PDB maupun serapan tenaga kerja, menempatkannya sebagai pilar penting dalam struktur ekonomi Indonesia. Namun, untuk menghadapi tantangan kompleks yang muncul akibat kemajuan teknologi dan persaingan global, UMKM harus mampu beradaptasi dengan inovasi yang berkelanjutan. Penelitian ini menegaskan bahwa faktor



**SEMINAR NASIONAL EKONOMI, MANAJEMEN,
BISNIS DAN AKUNTANSI (SN-EMBA) KE-3
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DEHA SEN**



internal, seperti kualitas sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, dan teknologi, serta faktor eksternal, seperti kebijakan pemerintah dan dinamika pasar, sangat berpengaruh terhadap keberhasilan inovasi. UMKM yang berhasil mengadopsi teknologi digital, mengembangkan strategi pemasaran kreatif, dan meningkatkan efisiensi proses produksi memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di pasar global. Oleh karena itu, dukungan yang sinergis dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan pelaku usaha, sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM dapat memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Berdasarkan analisis yang telah disampaikan, beberapa saran strategis dapat diberikan untuk mendorong inovasi dan daya saing UMKM di era globalisasi. Pertama, pelaku UMKM perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan, khususnya yang terkait dengan teknologi digital, manajemen inovasi, dan pemasaran kreatif. Kedua, UMKM disarankan untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal, termasuk platform e-commerce, media sosial, dan otomatisasi proses produksi, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Ketiga, pemerintah diharapkan terus memperkuat kebijakan pendukung, seperti penyediaan akses pembiayaan yang terjangkau, pelatihan digitalisasi, dan insentif bagi pelaku UMKM yang berinovasi. Terakhir, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan UMKM harus ditingkatkan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi berkelanjutan. Dengan langkah-langkah ini, UMKM dapat lebih siap menghadapi tantangan global dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Rekomendasi dapat diberikan untuk meningkatkan inovasi dan daya saing UMKM di era globalisasi. Pertama, pelaku UMKM perlu secara aktif meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan program pengembangan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan teknologi modern dan pasar global. Kedua, pemerintah disarankan untuk memperluas akses pembiayaan dengan skema yang lebih terjangkau, menyediakan infrastruktur digital, serta memperkuat pelaksanaan kebijakan yang mendukung inovasi di sektor UMKM. Ketiga, sektor swasta dan komunitas bisnis dapat berperan aktif dalam mendampingi UMKM melalui program kemitraan, bimbingan teknis, dan transfer teknologi yang dapat membantu UMKM meningkatkan produktivitas. Terakhir, UMKM harus memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, baik untuk pemasaran, produksi, maupun pengelolaan operasional, guna meningkatkan efisiensi dan memperluas pasar. Dengan kolaborasi yang sinergis dari seluruh pemangku kepentingan, UMKM diharapkan dapat menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Kendala*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 195, 142-150.
- Schumpeter, J. A. (2018). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
- Wagner, T., Knauer, A., & Bican, P. M. (2020). Digital transformation strategies for SMEs: A conceptual framework. *Journal of Business Research*, 112, 441-450.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Cut susan Octiva, Putri Ekaresty Haes, T. Irfan Fajri, Handry Eldo & Muhammad Lukman Hakim. 2024. Implementasi Teknologi Informasi Pada UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Minfo Polgan*. Vol. 13, No. 1, Hal. 815 – 821.

- Ratiah, Hartanti & Eka Dyah Setyaningsih. 2021. Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak Dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica*. Vol. 5, No. 2, Hal. 152 – 163.
- Manongga et al. (2022). *Inovasi dan Efisiensi pada UMKM*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- H. Rainanto, "Analisis Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (Scalling Up) Pada Umkm Di 14 Kecamatan Di Kabupaten Bogor," vol. 7, no. 1, pp. 20–210, 2019.
- Ramadhina, and M. Mugiono, "Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen," *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan...*, vol. 1, no. 1, pp. 59–67, 2022.
- Sugiarto, W. Utari, and C. S. Hartati, "Analisis Inovasi Produk Terhadap Harga Jual Garam Pada Pt Garsindo Anugerah Sejahtera Gresik," *Jurnal Mitra Manajemen*, vol. 5, no. 3, pp. 148–160, 2021.
- Asmoro, and R. Indrarini, "Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat Di Gresik," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 55–64, 2021.