

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di industri kopi, khususnya di Pangkalan Kerinci. Objek penelitian mencakup UMKM *Genre Coffee* di wilayah ini, yang dipilih berdasarkan kriteria seperti skala usaha, lokasi geografis, model bisnis, dan tingkat perkembangan. Adapun *Genre Coffee* merupakan salah satu *coffee shop* yang ada di Kota Pangkalan Kerinci yang sudah berdiri dari tahun 2020 tepatnya pada bulan Agustus.



Gambar 1. 1 Logo Genre Coffee

Sumber: Instagram *Genre Coffee*

Adapun *Genre Coffee* yang dijadikan sebagai Lokasi penelitian yaitu yang berada di Jalan Maharaja Indra No.13, Pangkalan Kerinci Kota, Kec. Pangkalan Kerinci. Tujuan penelitian ini adalah memberikan gambaran yang komprehensif dan seimbang mengenai dinamika UMKM di sektor kopi di wilayah tersebut. Dengan memperhatikan keragaman ini, penelitian

ini menyajikan analisis tentang tantangan yang dihadapi UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci dan mengidentifikasi potensi peluang untuk meningkatkan keunggulan bersaing.



Gambar 1. 2 *Genre Coffee*

Sumber: Instagram *Genre Coffee*

Melalui pendekatan inovatif terhadap produk, penelitian ini bertujuan untuk mengenali praktik terbaik dan strategi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Analisis mendalam terhadap objek penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang signifikan, dan temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berkelanjutan untuk pengembangan industri kopi di Pangkalan Kerinci, serta pemahaman yang lebih mendalam tentang optimalisasi keunggulan bersaing UMKM di wilayah tersebut.

1.2 Latar Belakang

Pada tahun 2023, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), mencapai 61%, setara dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga memiliki peran krusial dalam

penyerapan tenaga kerja, mencapai 97% dari total tenaga kerja (Riswan, 2023). Dengan bertambahnya pesaing di suatu industri, tingkat persaingan semakin tinggi, dan kondisi lingkungan bisnis menentukan posisi perusahaan dalam persaingan. UMKM sudah sejak lama menjadi salah satu kontributor terbesar pada perkembangan ekonomi nasional di Indonesia (Ghina, 2017).

Dalam menghadapi persaingan yang cepat di kalangan UMKM, strategi yang efektif dan inovasi menjadi kunci untuk mempertahankan posisi yang kompetitif. Strategi bisnis dianggap kuat jika mampu menghasilkan keunggulan kompetitif yang signifikan dan berkelanjutan, memungkinkan bisnis bersaing dalam jangka panjang (Yuliaty et al., 2020). UMKM perlu menerapkan strategi bisnis yang tepat dengan mengamati perubahan dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk dapat bersaing dengan UMKM sejenis.

Kopi, sebagai komoditas tropis utama yang diperdagangkan di seluruh dunia, memberikan kontribusi besar pada ekspor komoditas tropis secara global. Popularitas kopi disebabkan oleh rasanya yang unik, didukung oleh faktor sejarah, tradisi, sosial, dan ekonomi (Thamrin et al., 2022). Selain itu, kopi mengandung kafein alami, zat yang dikenal dapat meningkatkan kewaspadaan dan mengurangi kelelahan (Unmul, 2022). Tren menikmati kopi berkembang pesat, di mana UMKM *Genre Coffee* tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga destinasi untuk berbagai kegiatan seperti pertemuan bisnis, kegiatan sosial, atau tempat belajar bagi pelajar dan mahasiswa.

Di tengah ketatnya persaingan pasar saat ini, UMKM dihadapkan pada tuntutan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk. Hal ini bertujuan untuk meraih keunggulan kompetitif dan memimpin pasar dari para pesaing yang juga gencar melakukan inovasi. Persaingan yang semakin sengit ini mendorong UMKM untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk mereka. Semakin banyaknya pesaing, semakin besar pula komitmen yang harus dimiliki UMKM untuk selalu unggul dalam inovasi dan kualitas produk agar dapat bersaing secara efektif. Inovasi menjadi kunci

utama kesuksesan bisnis, sebagaimana yang ditegaskan Alam (2022) minat masyarakat terhadap UMKM pun kian meningkat seiring dengan tumbuhnya kesadaran untuk mendukung bisnis lokal. Dengan kata lain, UMKM perlu beradaptasi dan terus berkembang dengan berinovasi dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bertahan dan berkembang di tengah ketatnya persaingan pasar.

Adapun jumlah dari UMKM Provinsi Riau pada tahun 2020 yaitu sebesar 50.702 dan Pelalawan sendiri sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Riau menyumbang kontribusi UMKM sebesar 7,6 persen atau sekitar 3.862 UMKM dari total 50.702 UMKM di Provinsi Riau (Badan Pusat Statistik, 2020). Dan juga kecamatan Pangkalan Kerinci merupakan penyumbang UMKM terbanyak di kabupaten Pelalawan dengan jumlah 2493 unit dari 3.862 UMKM yang ada di kabupaten Pelalawan. Dan sektor penyumbang UMKM tertinggi ialah sektor perdagangan makanan & minuman (yang termasuk *coffee shop* di dalamnya) dengan jumlah 1.635 unit atau setara 65% dari total UMKM yang ada di Kecamatan Pangkalan Kerinci mendorong meningkatkan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha *coffee shop* merupakan salah satu usaha UMKM yang turut ambil andil dalam mendongkrak perekonomian daerah, dimana seperti yang di ketahui minum kopi telah menjadi tren gaya hidup masa kini, fenomena global ini dapat dilihat di mancanegara, termasuk Indonesia. Berikut merupakan data pertumbuhan UMKM di Provinsi Riau:

No	Kecamatan	Pertanian			Perikanan			Peternakan			Pertambangan			Industri			Listrik			Perdagangan			Bangunan			Transportasi			Keuangan			Jasa-Jasa			Jumlah			Ket				
		Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M	Mi	K	M					
1	Pangkalan Kuras	51	32	23	16	2	0	53	0	0	5	4	1	27	27	1	4	6	1	234	147	50	1	1	3	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	70	23	10	462	243	90	795
2	Pangkalan Kerinci	33	21	5	32	4	0	45	0	0	3	2	15	367	5	7	7	2	9	1197	432	6	1	4	3	5	3	1	5	1	0	245	28	5	1940	502	51	2493				
3	Langgam	26	6	0	39	0	0	27	0	0	0	0	0	3	0	0	1	0	54	131	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1	0	154	139	0	293				
4	Bandar Sei Kijang	15	5	0	0	0	0	51	10	0	0	5	2	15	1	4	0	4	0	6	34	12	0	0	0	0	0	1	3	0	0	11	3	0	98	63	21	182				
5	Bandar Petalangan	28	7	0	13	6	0	36	1	0	0	0	0	16	12	0	5	2	1	145	287	21	0	0	0	1	0	0	0	0	0	21	53	0	264	369	22	625				
6	Kerumutan	32	5	1	7	0	0	20	6	0	1	1	0	11	4	0	1	2	0	228	0	3	2	1	0	0	1	0	0	0	0	24	7	0	326	27	4	357				
7	Ukui	21	16	0	4	0	0	10	25	0	0	0	0	24	0	0	0	3	0	149	77	11	104	140	0	0	0	0	0	2	0	8	2	0	320	265	11	596				
8	Kuala Kampar	5	15	7	8	0	0	14	0	0	3	2	15	8	5	7	1	2	9	85	89	6	1	4	3	5	4	1	2	0	0	21	6	9	153	127	57	337				
9	Pangkalan Lesung	26	15	0	2	0	0	21	0	0	3	4	0	5	13	0	5	3	0	337	13	2	0	5	3	2	0	0	0	0	0	11	12	0	413	67	2	482				
10	Bunut	30	53	6	2	2	0	3	0	0	2	3	0	5	2	0	1	4	0	114	162	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	30	0	174	256	6	436				
11	Teluk Meranti	21	11	0	31	1	0	13	1	0	1	3	0	13	2	0	1	0	1	184	42	2	0	5	0	1	1	0	1	1	0	44	4	0	310	71	3	384				
	Jumlah	288	186	42	154	15	0	293	43	0	18	24	33	494	71	19	25	29	21	2733	1414	113	109	160	9	14	14	5	9	4	1	477	169	24	4614	2129	267	6980				

Gambar 1. 3 Data Pertumbuhan UMKM

Sumber: Data Internal Dinas Koperasi (2020)

Dengan pertumbuhan pesat UMKM *Genre Coffee* yang terdaftar, muncul pertanyaan strategis mengenai bagaimana daya saing mereka dapat dipertahankan atau

ditingkatkan di tengah dinamika pasar yang terus berkembang (Erza, 2022). Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana UMKM *Genre Coffee* dapat meningkatkan keunggulan bersaing melalui inovasi produk dan kualitas produk menjadi suatu kebutuhan mendesak. Adapun dampak *negative* yang mungkin terjadi jika penelitian ini tidak dilakukan yaitu, terhambatnya perkembangan *Genre Coffee* dan kurangnya perluasan produk membuat *Genre Coffee* tidak dapat bersaing dengan *competitor* sehingga *Genre Coffee* tidak dapat memaksimalkan keuntungan yang mereka peroleh.

Sebagai respons terhadap dinamika ini, penelitian ini memiliki tujuan eksploratif dan analitis untuk menginvestigasi strategi inovatif yang dapat diadopsi oleh UMKM *Genre Coffee*, dengan merujuk pada data BPS dan tren pertumbuhan industri ini. Dengan memanfaatkan data yang valid dan aktual, diharapkan penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan yang komprehensif tetapi juga solusi praktis untuk memperkuat daya saing UMKM *Genre Coffee* di pasar yang terus berubah dan berkembang dengan cepat. Selain itu, seiring dengan peningkatan minat masyarakat terhadap kopi, bisnis UMKM *Genre Coffee* menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di Indonesia (Irfan, 2022). Beberapa orang bahkan menjadikan minuman kopi sebagai teman setia saat berbincang dengan teman-teman, menciptakan tren yang semakin meluas dan menjadi peluang emas bagi mereka yang dapat melihat potensi bisnis ini. Dalam konteks ini, penelitian ini juga akan menyelidiki dan merinci lebih lanjut fenomena tren konsumen terkait minat terhadap *Genre Coffee*, menjadikan pengembangan strategi inovatif di bidang ini semakin relevan dan berdaya saing (Alam, 2022). Kemudian, terdapat data mengenai penurunan penjualan *Genre Coffee* yang membuat peneliti ingin mengetahui tentang hal apa yang mempengaruhi terjadinya penurunan penjualan tersebut jika dilihat dari variabel inovasi dan kualitas produk. Adapun Kotler & Armstrong (2014) yang berpendapat bahwa adanya penurunan penjualan mencerminkan bahwa masih rendahnya kualitas produk, sehingga

menyebabkan terjadinya penurunan penjualan. Berikut merupakan data penurunan penjualan *Genre Coffee*:

Tabel 1. 1 Data Penurunan Penjualan *Genre Coffee*

Tahun	Data Penjualan (<i>Item</i>)	Delta
2024	2.386	-
2023	2.563	(177)
2022	2.847	(284)
2021	3.156	(309)
2020	3.620	(464)

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2024

Terlihat dari tabel diatas bahwa pada tahun 2024 terjadi penurunan penjualan sebesar 177 jika dibandingkan dengan tahun 2023, tahun 2023 terjadi penurunan penjualan sebesar 284 jika dibandingkan dengan tahun 2022, tahun 2022 terjadi kenaikan penjualan sebesar 309 jika dibandingkan dengan tahun 2021. Sedangkan pada tahun 2021 terjadi penurunan penjualan sebesar 464 jika dibandingkan dengan tahun 2020. Adapun angka di atas merupakan jumlah *item* pembelian yang diakumulasikan dalam setahun. Berdasarkan data penjualan di atas, dapat diketahui bahwa terdapat tren penurunan delta data penjualan dari tahun ke tahun. Tren penurunan ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam kinerja penjualan dari waktu ke waktu. Bisa dilihat dari tabel diatas, terdapat kenaikan dan penurunan delta maka variabel ini layak untuk di teliti. Selain itu, adapun data pendukung lain mengenai inovasi produk, yaitu:

Tabel 1. 2 Data Variasi Menu & Pesaing

Nama Coffee Shop	Total Makanan	Total Minuman
<i>Genre Coffee</i>	10	20
Umah Kopi	18	18
Waroeng Bambu Kerinci	24	38
Senyaman <i>Coffee</i>	16	19
Kopi Dari Hati	37	41

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2024

Genre Coffee sudah melakukan inovasi terkait dengan menu variasi makanan dan minuman, namun inovasi yang dilakukan masih kurang jika dibandingkan dengan usaha serupa seperti *Coffee shop* lain yang ada di Pangkalan Kerinci. Hal ini terlihat dari tabel diatas bahwa total makanan pada *Genre Coffee* yaitu sebesar 10 makanan dan 20 minuman, sedangkan pada Umah Kopi terdapat 18 makanan dan 18 total minuman. Lalu, pada Waroeng Bambu Kerinci ada 24 menu makanan dan 38 menu minuman, Selanjutnya terdapat *Senyaman Coffee* yang terdapat 16 total makanan dan 19 total menu minuman dan terakhir Kopi Dari Hati yang memiliki menu dengan total makanan sebesar 37 dan total minuman sebanyak 41. Berdasarkan data yang telah peroleh diketahui dari variabel inovasi produk diketahui bahwa terdapat kurangnya variasi menu pada *Genre Coffee*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa indikator inovasi produk yaitu perluasan produk belum dilakukan oleh *Genre Coffee*. Selain itu, Adapun data mengenai kualitas produk yang ditandai oleh adanya keluhan pelanggan. Berikut merupakan data keluhan pelanggan selama 5 tahun terakhir:

Tabel 1. 3 Keluhan Pelanggan

Tahun	Keluhan Pelanggan	Delta
2024	15	-
2023	13	2
2022	10	3
2021	17	(7)
2020	9	8

Sumber: Data diolah oleh Penulis, 2024

Keluhan pelanggan pada tahun 2024 mengalami kenaikan keluhan sebesar 2 orang jika dibandingkan dengan tahun 2023. Sedangkan pada tahun 2023 mengalami kenaikan keluhan sebesar 3 orang jika dibandingkan dengan tahun 2022. Lalu, pada tahun 2022 mengalami penurunan keluhan sebesar 7 orang jika dibandingkan dari tahun 2021. Lalu, pada tahun 2021 mengalami kenaikan keluhan sebesar 8 orang jika dibandingkan dengan tahun 2020. Berdasarkan data mengenai keluhan di atas, bisa dilihat dari tabel diatas, Karna

terdapat kenaikan dan penurunan delta maka variabel ini layak untuk di teliti. Hal tersebut mengindikasikan bahwa indikator kualitas produk yaitu kehandalan produk belum dilakukan oleh *Genre Coffee*. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merasa tertarik untuk menginvestigasi lebih lanjut mengenai proses inovasi yang sedang berlangsung. Sebagai respons, penelitian ini dirancang dengan judul "Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci."

1.3 Rumusan Masalah

Setelah pengantar di atas, faktor-faktor berikut akan digunakan untuk merumuskan masalah penelitian ini:

1. Seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari penjelasan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini dapat dipisahkan ke dalam dua aspek, yaitu Secara Akademis dan Secara Praktis.

1. Akademis
 - Pengembangan model persaingan dengan mempertimbangkan aspek inovasi dan kualitas produk.
 - Perluasan wawasan akademis dan teori strategi bersaing yang dapat memberikan kontribusi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mendalami studi mengenai strategi bersaing.
2. Praktis

- Peningkatan implementasi strategi inovasi produk, yang diharapkan dapat membantu perusahaan mempertahankan basis konsumennya di tengah persaingan yang sengit.
- Perbaikan kualitas produk dengan harapan hasil penelitian dapat memberikan solusi konkret terkait masalah praktis yang dihadapi perusahaan.
- Penyediaan rekomendasi strategi bersaing yang dapat diadopsi oleh perusahaan sebagai langkah-langkah praktis untuk meningkatkan daya saing mereka.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah urutan atau struktur laporan penelitian yang menguraikan komponen-komponen utama dari penelitian tersebut. Berikut adalah contoh sistematika penulisan yang sesuai untuk penelitian mengenai Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan adalah bab pertama yang mengenalkan secara komprehensif mengenai penelitian ini. Bab ini melibatkan penyajian latar belakang, identifikasi permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta skema struktur penulisan.

1. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menjadi landasan teori penting dalam konteks penelitian tentang keunggulan bersaing pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci melalui inovasi produk. Konsep inovasi produk mencakup pengembangan dan peningkatan produk yang telah ada, sementara kualitas produk menjadi faktor kunci dalam daya saing bisnis kopi. Keunggulan bersaing, sebagai elemen krusial dalam kesuksesan bisnis, dapat ditingkatkan melalui pendekatan inovatif terhadap produk, menciptakan keunikan yang membedakan dalam pasar yang kompetitif. Pemahaman mendalam terhadap konsep-konsep ini penting untuk merancang strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci.

2. BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian, menjelaskan rancangan penelitian, pemilihan populasi dan sampel, instrumen dan prosedur pengumpulan data, analisis data, etika penelitian, keterbatasan, dan sistematika penulisan.

3. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan ini menyajikan temuan penelitian dengan analisis mendalam terkait keunggulan bersaing pada UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci melalui pendekatan inovasi pada produk. Temuan ini melibatkan aspek inovasi produk, kualitas produk, dan keunggulan bersaing. Analisis mendalam diterapkan untuk memahami dampak strategi inovasi pada peningkatan keunggulan bersaing, khususnya dalam konteks industri kopi. Selain itu, perbandingan dengan studi terdahulu diperkenalkan untuk menyoroti kontribusi penelitian ini dalam melengkapi dan memperkaya literatur yang sudah ada. Dengan demikian, hasil penelitian dan pembahasan ini menjadi pijakan untuk menggambarkan secara komprehensif pengaruh pendekatan inovatif terhadap produk terhadap keunggulan bersaing UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci.

4. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi produk memiliki peran positif dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci, terutama dalam aspek inovasi dan kualitas produk. Implikasi praktisnya menekankan pentingnya pendekatan inovatif untuk meningkatkan daya saing bisnis kopi skala kecil. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur dengan memahami lebih lanjut hubungan antara inovasi produk dan keunggulan bersaing dalam konteks UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci. Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup eksplorasi lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi inovatif dan analisis dampaknya pada pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini memberikan kontribusi

signifikan pada pemahaman tentang keunggulan bersaing UMKM *Genre Coffee* di Pangkalan Kerinci melalui inovasi produk.