

Meningkatkan Daya Saing UMK: Mengungkap Peran Kecepatan Inovasi dan Penciptaan Pengetahuan

Baziedy Aditya Darmawan^{1*}, Satya Laksana Firmansyah²

Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

baziedy@uii.ac.id^{1*}, satya.firmansyah@alumni.uui.ac.id²

*Corresponding author

<https://doi.org/10.29407/nusamba.v10i2.22631>

Informasi Artikel

Tanggal masuk	22 Mei 2024
Tanggal revisi	19 Februari 2025
Tanggal diterima	24 April 2025

Keywords:

MSEs; Competitiveness;
Innovation Speed; Knowledge
Creation; Culinary Industry



Abstract

Research aim : This study investigates the critical role of innovation speed and knowledge creation as antecedents of the competitiveness of MSEs in the culinary industry.

Design/Method/Approach : Employing a multiple regression analysis, this study analyze data from 110 MSEs in Sleman and Yogyakarta.

Research Finding : Our findings reveal that both, innovation speed and knowledge creation are significant drivers of MSEs' competitiveness.

Theoretical contribution/Originality : Building on the concept of knowledge-based barriers to entry, this study succeeded in demonstrating that rapid innovation fosters the creation of unique competence and market-based knowledge.

Practitioner/Policy implication : These results offer valuable insights for MSEs, highlighting the importance of fostering a culture of continuous innovation and knowledge creation to achieve a sustainable competitive advantage.

Research limitation : This study has limitations in the context of the sample and location, which were specifically conducted in Yogyakarta and Sleman, which may limit the generalizability of the result of this study.

Abstrak

Tujuan Penelitian : Studi ini menyelidiki peran penting kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan sebagai faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMK di industri kuliner.

Desain/ Metode/ Pendekatan : Dengan menggunakan analisis regresi berganda, studi ini menganalisis data dari 110 UMK di Sleman dan Yogyakarta.

Temuan Penelitian : Hasil studi menunjukkan bahwa kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan merupakan pendorong signifikan bagi daya saing UMK.

Kontribusi Teoritis/ Originalitas: Berdasarkan konsep hambatan masuk berbasis pengetahuan, studi ini berhasil mendemonstrasikan bahwa inovasi yang cepat akan mendorong terciptanya kompetensi unik dan pengetahuan berbasis pasar, yang pada gilirannya, memperlebar lapisan kompetitif bagi pendatang baru dengan bisnis serupa.

Implikasi Praktis : Hasil studi ini memberikan wawasan berharga bagi UMK, yang menyoroti pentingnya menumbuhkan budaya inovasi berkelanjutan dan penciptaan pengetahuan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Keterbatasan Penelitian : Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam konteks sampel dan lokasi penelitian yang spesifik dilakukan di

Yogyakarta dan Sleman yang mungkin membatasi generalisasi hasil penelitian.

Pendahuluan

Meski menjadi kontributor yang signifikan dalam perekonomian nasional dengan berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sebanyak 97% tenaga kerja [1], namun sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi tantangan yang nyata. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 84% UMKM di Indonesia mengalami penurunan pendapatan [2]. Penurunan pendapatan bahkan juga terjadi pada UMKM di industri makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan pokok manusia [3]. Fakta tersebut mengindikasikan bahwa kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) pada industri kuliner sedang mengalami hambatan yang signifikan dalam mempertahankan daya saing pada lingkungan bisnis yang begitu dinamis.

Studi terkini telah mengungkap berbagai faktor yang mampu meningkatkan daya saing UMK. Studi terkini [4] menyoroti pentingnya strategi bisnis sebagai faktor penting yang mampu mendorong peningkatan daya saing pada usaha kecil dan menengah (UKM). Selain itu, studi terkini lainnya [5] menemukan bahwa peningkatan daya saing UKM bergantung dari kemampuan dalam membangun kelincahan di tengah dinamika bisnis. Lebih lanjut, beberapa studi terkini berfokus dalam menginvestigasi peran inovasi dalam meningkatkan daya saing UKM, seperti inovasi model bisnis [6], inovasi hijau [7], dan kapabilitas inovasi [8].

Meski studi terkini telah mengungkap berbagai faktor yang mampu mendorong daya saing UMK, namun studi yang menyoroti peran kecepatan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMK secara empiris, masih terbatas. Padahal, kemampuan untuk mengembangkan dan meluncurkan produk ke pasar yang lebih cepat dibandingkan dengan pesaing merupakan salah satu cara untuk meningkatkan daya saing organisasi [9]. Dalam konteks ini, inovasi yang cepat mampu memperpendek siklus hidup produk, memaksa para pesaing untuk meningkatkan kinerja internal dan eksternal mereka agar dapat mempertahankan posisi pasarnya [10]. Dengan demikian, UMK kecepatan inovasi mungkin dapat menjadi meningkatkan daya saing mereka sehingga mendukung kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.

Selain itu, perhatian studi terkini pada penciptaan pengetahuan dalam meningkatkan daya saing UMK secara empiris juga terbatas. Padahal, studi terdahulu berpendapat bahwa pengetahuan merupakan faktor yang memegang peranan penting sebagai sumber dari penciptaan dan eksploitasi kekayaan [11]. Terlebih, dalam konteks organisasional, organisasi memiliki peranan penting dalam mendorong penciptaan pengetahuan di tingkat individu, kelompok, dan lintas organisasi [12], di mana hal ini memungkinkan organisasi untuk meningkatkan daya saing.

Pemikiran yang muncul dari studi tersebut [9, 10, 11, 12] membawa pada pemahaman pentingnya kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan sebagai faktor penting dalam mendukung daya saing bisnis. Untuk itu, guna mengisi gap penelitian dari studi terdahulu di atas [4, 5, 6, 7, 8], studi ini berupaya untuk mengungkap peran kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan dalam meningkatkan daya saing UMK di industri kuliner.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka studi ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

Kecepatan Inovasi dan Daya Saing UMK

Dalam dunia bisnis yang dinamis, daya saing menjadi landasan kesuksesan berkelanjutan. Sebagaimana yang didefinisikan [13], daya saing merupakan kemampuan untuk secara konsisten mengungguli pesaing dalam jangka panjang. Secara umum, daya saing dapat diraih dengan berfokus pada upaya untuk mengungguli pesaing. Menurut [13], terdapat lima cara untuk membangun daya saing, yaitu melakukan sesuatu yang lebih baik dari pesaing, sulit ditiru, sulit untuk digantikan, bernilai bagi pelanggan, dan lebih menguntungkan dibandingkan yang diperoleh oleh pesaing. Lebih lanjut, [14] berpendapat bahwa inovasi merupakan hakikat dari kelima cara untuk mewujudkan daya saing perusahaan.

Selama beberapa dekade, kecepatan inovasi diidentifikasi sebagai konsep yang fundamental dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat [15]. Studi [9] mendefinisikan kecepatan inovasi sebagai waktu yang diperlukan untuk mendorong ide inovasi hingga hasilnya mampu memasuki pasar. Dalam konteks ini, maka proses inovasi terdiri dari beberapa tahapan, yang dimulai dari penemuan ide, hingga pemasaran produk [16]. Tahapan tersebut adalah penelitian dan pengembangan, komersialisasi, dan diseminasi [16]. Dalam suatu pasar yang dinamis, inovasi merupakan kunci bagi perusahaan untuk dapat terus bersaing. Studi [10] berpendapat bahwa kemampuan untuk berinovasi (memperkenalkan produk secara konstan), merupakan upaya penting untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan yang dinamis.

Kemampuan untuk mengembangkan dan meluncurkan produk inovatif ke pasar dengan lebih cepat dibandingkan dengan pesaing, merupakan salah satu faktor untuk meraih keunggulan kompetitif [9]. Dalam konteks ini, semakin cepat produk diperkenalkan ke pasar, maka perusahaan akan memperoleh potensi manfaat yang lebih besar [17]. Studi [10] berpendapat bahwa perusahaan yang mampu melakukan inovasi dengan cepat, dapat memperoleh keunggulan melalui peningkatan kualitas produk dan pengurangan biaya pengembangan produk. Pada konteks UMK, keberhasilan dalam mengenalkan produk-produk inovatif sangat penting bagi ketahanan dan keberhasilan UMK [19]. Literatur tentang inovasi menunjukkan bahwa kecepatan inovasi dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi, karena membantu memperpendek waktu siklus hidup produk dan waktu pemasaran [20]. Lebih lanjut, studi [21] menemukan bahwa inovasi memiliki peran penting sebagai alat untuk memperkuat daya saing organisasi.

H1: Kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMK.

Penciptaan Pengetahuan dan Daya Saing UMK

Penciptaan pengetahuan baru merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk menjadi inovatif dan bersaing dalam pasar kontemporer yang dinamis [22]. Penciptaan pengetahuan didefinisikan sebagai proses menyediakan dan memperkuat pengetahuan yang diciptakan, serta mengkristalkan dan menghubungkannya dengan sistem pengetahuan organisasi [23]. Literatur yang terkait dengan penciptaan pengetahuan dalam organisasi menunjukkan bahwa pertukaran pengetahuan dan kombinasi pengetahuan merupakan dua proses umum yang mendasari penciptaan pengetahuan [24, 25]. Lebih lanjut, studi [26]

berpendapat bahwa melalui pertukaran pengetahuan dan kombinasi pengetahuan, anggota organisasi dapat mengatur ulang pengetahuan yang ada, menggabungkan basis pengetahuan internal dan eksternal dan mengintegrasikan pengetahuan dari sumber yang berbeda, sehingga perusahaan dapat menciptakan pengetahuan baru.

Proses penciptaan pengetahuan menuntut sebuah organisasi untuk aktif menjadi organisasi pembelajar. [27] mendefinisikan organisasi pembelajar sebagai organisasi yang aktif melakukan penciptaan pengetahuan. [28] berpendapat bahwa pengetahuan merupakan sumber daya yang paling dibutuhkan bagi organisasi untuk menghadapi lingkungan yang kompetitif. Dalam kondisi lingkungan bisnis tersebut, organisasi harus menggunakan pengetahuannya guna meningkatkan daya saing [28]. Lebih lanjut, [28] menemukan bahwa daya saing dipengaruhi oleh efektivitas manajemen pengetahuan dalam organisasi.

H2: Penciptaan pengetahuan berpengaruh positif terhadap daya saing UMK.

Pernyataan Masalah Penelitian

Studi ini berfokus untuk menginvestigasi pertanyaan penelitian berikut: “Apakah kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan berperan dalam meningkatkan daya saing UMK?”.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pendahuluan di atas, penelitian ini berupaya untuk menginvestigasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMK. Hasil penelitian ini berkontribusi dalam menambah diskursus terkait daya saing UMK. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi input penting bagi para pelaku UMK dalam upaya untuk meningkatkan daya saingnya.

Metode

Sampel dari penelitian ini adalah UMK yang bergerak di industri kuliner yang berlokasi di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman yang direpresentasikan oleh pemilik UMK. Pemilihan lokasi sampel didasarkan pada pertumbuhan sektor wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berdampak pada upaya pemerintah daerah untuk mendukung sektor kuliner sebagai sektor penyangga sektor wisata di Sleman dan Yogyakarta [38]. Terlebih, sektor kuliner merupakan sektor yang mendominasi profil UMK di wilayah ini [39], sehingga hasil studi ini diharapkan dapat memberikan dampak yang luas pada peningkatan daya saing di sektor UMK.

Penelitian ini menggunakan desain sampling non-probabilitas dengan teknik *convenience*, yakni teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada tingkat kemudahan dalam menemukan sampel [29]. Teknik sampling ini dipilih karena pemilik UMK selaku target responden merupakan pihak yang sering kali sulit dijangkau karena keterbatasan waktu, lokasi, serta preferensi mereka dalam berpartisipasi dalam penelitian, di mana dalam kondisi ini teknik *convenience* sampling dapat digunakan [30], di mana data dikumpulkan dari responden (pemilik UMK) yang bersedia berpartisipasi guna mempercepat proses penelitian [30]. Lebih lanjut, jumlah minimum sampel penelitian ini mengacu pada jumlah sampel yang dibutuhkan pada uji regresi linier berganda untuk dua variabel independen pada taraf signifikansi 5%, dan ukuran efek medium (0.15), yakni minimum 67 responden [31].

Pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner yang disusun dengan mengadopsi indikator-indikator yang berasal dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan skala Likert 1-5 (sangat tidak setuju-sangat setuju) sebagai cara untuk mengukur setiap indikator. Responden dalam penelitian ini direpresentasikan oleh pemilik UMK. Indikator untuk mengukur kecepatan inovasi diadopsi dari tiga item dari studi terdahulu [9], kemudian indikator untuk mengukur penciptaan pengetahuan diadopsi dari empat item yang dipopulerkan oleh [27], sedangkan indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing diadopsi dari enam item yang dikembangkan oleh [32].

Dari hasil pengumpulan data, terdapat 110 responden yang menjadi sampel penelitian ini, di mana jumlah tersebut telah memenuhi jumlah sampel minimum untuk uji regresi linier berganda pada model penelitian ini [31]. Adapun profil responden penelitian ini dirangkum pada Tabel 1. Berdasarkan kategori umur usaha, mayoritas responden memiliki umur usaha pada rentang 1-3 tahun (91.82%). Selanjutnya, mayoritas responden memiliki omzet usaha kurang < Rp 300.000.000 (92.73%), sedang sisanya (7.27%) memiliki omzet usaha pada rentang Rp 300.000.000 - Rp 2.500.000.000. Lebih lanjut, berdasarkan kategori jumlah karyawan, responden penelitian ini mayoritas responden pada penelitian ini (92.73) memiliki jumlah karyawan pada rentang 5-19 karyawan, sedangkan sisanya (7.27%) memiliki jumlah karyawan pada rentang 1-4 karyawan.

Jika menggunakan definisi usaha mikro dan kecil yang diatur dalam Undang-Undang tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang didasarkan pada omzet usaha, maka jumlah usaha mikro dalam penelitian ini adalah sebanyak 92.73%, sedang usaha kecil sebanyak 7.27% [33]. Sedangkan, jika menggunakan definisi Usaha Mikro dan Usaha Kecil menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yang didasarkan pada jumlah karyawan, maka jumlah usaha mikro dalam penelitian ini adalah sebanyak 7.27%, dan jumlah usaha kecil sebanyak 92.73% [34].

Tabel 1. Profil Responden

Kategori	Jumlah	Frekuensi (%)
<i>Umur usaha</i>		
1-3 Tahun	101	91.82
4-6 Tahun	5	4.54
6-10 Tahun	4	3.64
<i>Omzet usaha</i>		
< Rp 300.000.000	102	92.73
Rp 300.000.000 - Rp 2.500.000.000	8	7.27
<i>Jumlah karyawan</i>		
1-4	8	7.27
5-19	102	92.73

Sumber : Output Data Primer, 2024

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS untuk mengestimasi pengaruh langsung sebagaimana dijelaskan dalam hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda, yakni uji regresi linier yang pengujiannya melibatkan lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen [35]. Dalam

penelitian ini, kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan merupakan variabel independen, sedangkan daya saing merupakan variabel dependen.

Tabel 2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Korelasi	α
<i>Kecepatan Inovasi:</i> Diadopsi dari [9]		
Inovasi dilakukan lebih cepat dari yang dijadwalkan	0.881**	0.855
Inovasi dilakukan lebih cepat daripada sebelumnya	0.883**	
Inovasi dilakukan lebih cepat daripada pesaing	0.877**	
<i>Penciptaan Pengetahuan:</i> Diadopsi dari [27]		
Menciptakan pengetahuan dari pengalaman	0.870**	0.871
Menciptakan pengetahuan dari intuisi	0.805**	
Menciptakan pengetahuan dari keterampilan praktis	0.835**	
Menciptakan pengetahuan dari komitmen pribadi	0.890**	
<i>Daya Saing:</i> Diadopsi dari [32]		
Pemenuhan target	0.844**	0.907
Peningkatan produksi	0.837**	
Menawarkan produk berkualitas	0.827**	
Peningkatan keuntungan	0.886**	
Peningkatan modal	0.782**	
Peningkatan kekayaan	0.780**	

***) Menunjukkan signifikan pada tingkat signifikansi 1%

Sumber : Output Data Primer, 2024

Tabel 2 menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kecepatan inovasi (KI), penciptaan pengetahuan (PP), dan daya saing (DS) dalam penelitian ini. Korelasi *bivariate* digunakan untuk menguji korelasi setiap indikator dengan total skor setiap konstruksinya guna mengevaluasi validitasnya untuk mencerminkan variabel yang diukur [36]. Berdasarkan tabel 2, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item memiliki korelasi yang signifikan pada taraf signifikansi 1% dan nilai koefisien di atas 0.7. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel tersebut valid dan memiliki korelasi yang kuat [36].

Lebih lanjut, koefisien *Cronbach's Alpha* (α) digunakan untuk menguji reliabilitas dalam mengukur masing-masing variabel. Menurut [37] aturan praktis yang berlaku untuk menerima reliabilitas alat ukur suatu variabel adalah minimum 0.7. Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien α di atas standar minimum 0.7. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki konsistensi dan keandalan sebagai alat ukur masing-masing variabel. Adapun koefisien α tersebut masing-masing sebesar 0.855 (KI), 0.871 (PP), dan 0.907 (DS).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Tabel 3 menunjukkan korelasi atau asosiasi (hubungan) antar variabel dalam penelitian ini. Hasil uji korelasi membuktikan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antar variabel dalam penelitian ini pada taraf signifikansi 1%. Berdasarkan tabel 3, korelasi antara kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan adalah sebesar 0.617, diikuti dengan korelasi antara kecepatan inovasi dan daya saing sebesar 0.569, sedangkan korelasi antara penciptaan pengetahuan dengan daya saing adalah sebesar 0.747.

Tabel 3. Korelasi Antar Variabel

Variabel	Mean	SD	KI	PP	DS
KI	3.867	0.797	1		
PP	3.873	0.730	0.617**	1	
DS	3.830	0.727	0.569**	0.747**	1

**) Menunjukkan signifikan pada tingkat signifikansi 1%

Sumber : Output Data Primer, 2024

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien *Adjusted R square* pada model penelitian ini adalah sebesar 0.569. Hal ini berarti bahwa sebesar 56.9% variasi dari variabel daya saing dapat diukur oleh kedua prediktor dalam penelitian ini, yaitu kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan. Sedangkan sisanya, sebesar 43.1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Selanjutnya, hasil *estimate* (koefisien) uji pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing bernilai positif, yakni 0.175 dan signifikan pada level $p < 0.05$ dan nilai t-statistik sebesar 2.194. Hal ini berarti bahwa kecepatan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing, sehingga H1 didukung. Lebih lanjut, hasil *estimate* uji pengaruh penciptaan pengetahuan terhadap daya saing juga bernilai positif, yakni 0.639 dan signifikan pada level $p < 0.01$ dan nilai t-statistik 7.992. Hal ini berarti bahwa penciptaan pengetahuan berpengaruh positif terhadap daya saing, sehingga H2 didukung.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Berganda

	<i>Estimate</i>	t-statistik	p-value	Hasil
Kecepatan Inovasi	0.175** (0.073)	2.194	0.030	H1 didukung
Penciptaan Pengetahuan	0.639*** (0.080)	7.992	0.000	H2 didukung
Adj R ²	0.569			
F	72.935***			
df	109			
n	110			

Variabel Dependen: Daya Saing

***, **) menunjukkan tingkat signifikan 1% dan 5% secara berurutan

Sumber : Output Data Primer, 2024

Pembahasan

Hasil studi ini berhasil mengonfirmasi bahwa kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan merupakan dua faktor penting yang dapat menjadi penggerak dalam meningkatkan daya saing UMK. Sehingga, untuk memastikan daya saing yang berkelanjutan, UMK tidak hanya perlu berinovasi dengan cepat, tetapi juga perlu membangun sistem pembelajaran yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, penciptaan pengetahuan yang terstruktur yang didukung oleh inovasi yang cepat, perlu diterapkan guna menjamin daya saing yang mendukung keberlangsungan UMK.

Efek positif dari kecepatan inovasi terhadap daya saing berarti bahwa upaya untuk mempercepat proses inovasi terbukti dapat mendukung peningkatan daya UMK. Dalam konteks ini, semakin cepat suatu inovasi yang dilakukan oleh UMK, maka akan semakin meningkatkan daya saingnya. Hasil ini konsisten studi terdahulu [9], di mana kecepatan dan efektivitas dalam menghadirkan produk inovatif ke pasar, mengungguli strategi pesaing, merupakan salah satu elemen kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini relevan, mengingat kecepatan dalam menghadirkan produk ke pasar berbanding lurus dengan potensi keuntungan yang dapat diraih oleh organisasi [17]. Selain itu, kemampuan organisasi dalam melakukan inovasi secara cepat mampu membuka peluang untuk meraih keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas produk dan optimalisasi biaya pengembangan [10]. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat [19] yang menyatakan bahwa UMK yang berhasil mengenalkan produk inovatif lebih cenderung untuk meraih keberhasilan dalam persaingan.

Secara teoretis, hasil ini berkontribusi dalam mengonfirmasi literatur pada bidang inovasi, khususnya kecepatan inovasi, di mana dalam studi ini, kecepatan inovasi yang berkaitan dengan waktu siklus produk dan pemasaran yang semakin pendek, mampu meningkatkan keunggulan kompetitif bagi organisasi [20]. Hasil ini juga menegaskan bahwa salah satu cara untuk meningkatkan daya saing organisasi (dalam konteks ini, UMK), adalah melalui peran penting inovasi yang dilakukan oleh organisasi tersebut [21]. Upaya untuk mempercepat inovasi guna meningkatkan daya saing tersebut adalah dengan mewujudkan gagasan inovasi lebih cepat dari yang direncanakan, berinovasi lebih cepat dari sebelumnya, dan meluncurkan produk baru ke pasar lebih cepat daripada pesaing [9]. Meski demikian, UMK kuliner merupakan sektor yang tidak terlepas dari hambatan-hambatan dalam berinovasi secara cepat, seperti keterbatasan finansial [40], keterbatasan pengetahuan [41], dan hambatan kemitraan strategis [41].

Selanjutnya, efek positif penciptaan pengetahuan terhadap daya saing berarti bahwa penciptaan pengetahuan merupakan anteseden dari daya saing UMK. Hal ini berarti bahwa semakin baik proses penciptaan pengetahuan yang dilakukan oleh UMK, maka semakin meningkat pula daya saingnya. Hasil ini sesuai dengan studi terdahulu yang dilakukan oleh [28] yang menemukan bahwa kemampuan organisasi dalam menciptakan pengetahuan merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Hal ini relevan mengingat dalam kondisi lingkungan yang kompetitif, UMK dituntut untuk menjadi organisasi pembelajar, yakni

organisasi yang konsisten untuk menciptakan pengetahuan baru [27]. Melalui pengetahuan baru tersebut, organisasi dapat bersaing dalam kondisi lingkungan bisnis yang dinamis [22].

Secara teoretis, hasil studi ini berkontribusi dalam mengonfirmasi bahwa pengetahuan merupakan salah satu sumber daya esensial yang dibutuhkan oleh organisasi untuk menghadapi lingkungan yang kompetitif [28]. Hal ini relevan, mengingat organisasi dapat memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki untuk meningkatkan daya saing [28] guna menghadapi kondisi lingkungan yang dinamis tersebut.

Dalam konteks ini, pengetahuan UMK dapat diperoleh melalui proses penciptaan pengetahuan. Penciptaan pengetahuan dapat dilakukan melalui pertukaran dan kombinasi pengetahuan, mengatur ulang pengetahuan yang ada, dan menggabungkan pengetahuan yang berasal dari dalam maupun luar organisasi, serta mengintegrasikan pengetahuan dari berbagai sumber [26]. Lebih lanjut, proses penciptaan pengetahuan pada UMK dapat merujuk pada empat proses yang diuraikan oleh [27], yaitu berbagi informasi atau pengalaman melalui interaksi sosial (sosialisasi), artikulasi pengetahuan yang tak diungkapkan (*tacit knowledge*) menjadi pengetahuan eksplisit (eksternalisasi), memahami, mengalami, menggunakan, dan mengevaluasi pengetahuan (internalisasi), serta menggabungkan dan mengintegrasikan pengetahuan untuk menciptakan pengetahuan baru (kombinasi). Meski demikian, praktik penciptaan pengetahuan oleh UMK kuliner tidak terlepas dari tantangan. Misalnya, keterbatasan infrastruktur teknologi [42], di mana inisiatif penciptaan pengetahuan seringkali didorong oleh pemanfaatan teknologi untuk memperoleh, menyimpan, dan mendiseminasi pengetahuan di dalam organisasi [42]. Selain itu, keterbatasan waktu juga menjadi tantangan, di mana UMK seringkali menghabiskan waktu untuk operasional bisnis, sehingga tidak memiliki cukup waktu untuk aktivitas penciptaan pengetahuan [42].

Terakhir, temuan menarik dari studi ini adalah bahwa penciptaan pengetahuan memiliki peran yang lebih besar dalam meningkatkan daya saing UMK, dibandingkan dengan kecepatan inovasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien pada hasil uji regresi berganda, di mana penciptaan pengetahuan memiliki nilai koefisien lebih besar (0.639) daripada kecepatan inovasi (0.175). Hasil ini mengindikasikan bahwa penciptaan pengetahuan oleh UMK dapat dimanfaatkan dengan baik untuk mendukung upaya dalam meningkatkan daya saing [28], seperti pemenuhan target produksi, peningkatan jumlah produksi, memperbaiki kualitas, dan peningkatan keuntungan [9]. Hasil ini juga menegaskan penciptaan pengetahuan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMK [28].

Kesimpulan

Meski studi terdahulu telah berupaya untuk menginvestigasi faktor yang pendorong daya saing UMK, namun studi yang menginvestigasi peran kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan dalam meningkatkan daya saing sangat terbatas, khususnya pada konteks UMK industri kuliner dengan lanskap negara berkembang [4, 5, 6, 7, 8]. Untuk itu, studi ini berupaya untuk mengungkap peran kedua variabel tersebut, kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan dalam meningkatkan daya saing UMK di Indonesia.

Studi ini menemukan bahwa selain kecepatan inovasi, penciptaan pengetahuan juga merupakan penentu dalam upaya meningkatkan daya saing UMK. Bahkan, studi ini berhasil mengungkap bahwa penciptaan pengetahuan merupakan variabel yang lebih penting

dibandingkan kecepatan inovasi dalam hal meningkatkan daya saing UMK. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas penciptaan pengetahuan akan lebih signifikan dalam meningkatkan daya saing UMK dibandingkan dengan kecepatan dalam proses inovasi.

Hasil studi ini memberikan beberapa catatan penting yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMK guna meningkatkan daya saingnya. Pertama, pelaku UMK perlu untuk berupaya dalam meningkatkan proses inovasi, yakni mempercepat waktu yang dibutuhkan untuk mentransformasi ide menjadi produk inovatif yang mampu dipasarkan. Hal ini terbukti dapat berkontribusi dalam meningkatkan daya saing UMK. Kedua, pelaku UMK perlu untuk menerapkan praktik penciptaan pengetahuan yang konstan guna meningkatkan daya saing. Upaya penciptaan pengetahuan dapat diterapkan melalui proses sosialisasi, eksternalisasi, internalisasi), dan kombinasi pengetahuan guna menciptakan pengetahuan baru yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing. Terlebih, studi ini menemukan bahwa penciptaan pengetahuan memiliki peran yang lebih penting dalam meningkatkan daya saing UMK.

Walaupun studi ini mampu memenuhi tujuannya, yakni mengungkap peran kecepatan inovasi dan penciptaan pengetahuan dalam meningkatkan daya saing UMK, namun studi ini memiliki keterbatasan untuk menjadi catatan dalam menyimpulkan hasil dalam studi ini. Pertama, jumlah sampel dalam studi ini relatif kecil (110) dan hanya berasal dari dua lokasi, yaitu Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman yang kemungkinan memiliki kondisi lingkungan bisnis yang mirip. Dalam konteks ini, maka generalisasi dari hasil studi ini tentu terbatas dalam konteks lokasi, yang kurang mampu merepresentasikan Indonesia sebagai sebuah negara kepulauan dengan wilayah yang luas. Untuk itu, penelitian di masa mendatang dapat mempertimbangkan untuk melibatkan cakupan sampel yang lebih banyak dan lebih luas guna meningkatkan kemampuan generalisasi hasil studi.

Kedua, nilai koefisien determinasi (R^2) dari studi ini adalah 56,9%. Dalam konteks ini, diyakini masih terdapat variabel-variabel lain di luar konteks studi ini untuk dieksplorasi pada studi di masa mendatang guna mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan daya saing UMK, seperti peran kepemimpinan pemilik atau manajer, peran jaringan dan kolaborasi, dan faktor lainnya. Secara khusus, studi terdahulu mengungkap bahwa penciptaan pengetahuan merupakan faktor yang tidak hanya penting bagi daya saing, tetapi juga inovasi [22]. Namun studi ini tidak mengungkap hubungan dari kedua variabel tersebut. Untuk itu, studi di masa mendatang juga dapat mengeksplorasi hubungan antara penciptaan pengetahuan dan inovasi.

Daftar Rujukan

- [1] Limanseto, H. (2023). Dorong UMKM naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. Diperoleh dari: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>.
- [2] Sidik, S. (2022). Duh! 84% UMKM RI alami penurunan pendapatan. Diperoleh dari: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220204163937-17-312982/duh-84-umkm-ri-alami-penurunan-pendapatan>.

- [3] Ramli, R. R., & Djumena, E. (2023). UMKM makanan dan minuman keluhkan penurunan omzet: Kacau, malah lebih parah dari masa pandemi. *Kompas*. Diperoleh dari: <https://money.kompas.com/read/2023/08/10/154000726/umkm-makanan-dan-minuman-keluhkan-penurunan-omzet--kacau-malah-lebih-parah>.
- [4] Isichei, E. E., Isichei, M. O., & Moruku, R. K. (2025). Generic business strategies and competitiveness of SMEs in Nigeria. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 35(1), 158-174.
- [5] Zastempowski, M., & Cyfert, S. (2023). A new angle on SMEs' competitiveness. How do agility capabilities affect a firm's competitive position?. *Journal of Organizational Change Management*, 36(4), 635-662.
- [6] Fang, T. M., Ahmad, N. H., Halim, H. A., Iqbal, Q., & Ramayah, T. (2024). Pathway towards SME competitiveness: Digital capability and digital business model innovation. *Technology in Society*, 79, 102728.
- [7] Safdar, N., Moazzam, M., Ahmed, W., Khan, A. S., Manzoor, W., & Raziq, M. M. (2024). The impact of adopting green procurement practices on the competitiveness of small and medium enterprises: a dual-mediation model. *Benchmarking: An International Journal*.
- [8] Ahmad, A., El-Dalahmeh, S., Al-Shakri, K., Alkhawaldeh, B., & Alsmadi, L. (2024). The link between management accounting information systems and firm competitiveness: The mediating role of innovation capabilities. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(3), 1781-1790.
- [9] Allocca, M. A., & Kessler, E. H. (2006). Innovation speed in small and medium-sized enterprises. *Creativity and Innovation Management*, 15(3), 279-295.
- [10] Kessler, E. H., & Bierly, P. E. (2002). Is faster really better? An empirical test of the implications of innovation speed. *IEEE Transactions on engineering management*, 49(1), 2-12.
- [11] Lindley, R. M. (2002). Knowledge-based economies: the European employment debate in a new context. *The New Knowledge Economy in Europe*, 95-145.
- [12] Nonaka, I., & Toyama, R. (2003). The knowledge-creating theory revisited: knowledge creation as a synthesizing process. *Knowledge management research & practice*, 1(1), 2-10.
- [13] Black, J.S. and Porter, L.W. (2000), *Management: Meeting New Challenges*. Prentice Hall.
- [14] Makadok, R. (2001). Toward a synthesis of the resource-based and dynamic-capability views of rent creation. *Strategic management journal*, 22(5), 387-401.
- [15] Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review Academy of Management Review. *Journal*, 14(1).

-
- [16] Rosegger, G. (1991). Diffusion through interfirm cooperation: A case study. In *Diffusion of Technologies and Social Behavior* (pp. 265-293). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
 - [17] Smith, P. G., & Reinertsen, D. G. (1997). *Developing products in half the time: new rules, new tools*. John Wiley & Sons.
 - [18] Kessler, E. H., & Bierly, P. E. (2002). Is faster really better? An empirical test of the implications of innovation speed. *IEEE Transactions on engineering management*, 49(1), 2-12.
 - [19] Wynarczyk, P. (1997). The Economic Success of UK Innovative Small Firms," paper presented at the 1997 42nd World Conference of International Council for Small Business. *San Francisco*.
 - [20] Khoa, V. D, & Anh, N. T. M. (2023). Examining the Relationship Between Supply Chain Integration, Innovation Speed and Supply Chain Performance Under Demand Uncertainty. *Engineering Management Journal*, 36(1), 14-29. <https://doi.org/10.1080/10429247.2023.2174766>.
 - [21] Huarng, K. H., Mas-Tur, A., & Moreno, F. C. (2018). Innovation, knowledge, judgment, and decision-making as virtuous cycles. *Journal of Business Research*, 88, 278-281.
 - [22] Andreeva, T., & Kianto, A. (2011). Knowledge processes, knowledge-intensity and innovation: a moderated mediation analysis. *Journal of knowledge management*, 15(6), 1016-1034.
 - [23] Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). SECI, Ba and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation. *Long range planning*, 33(1), 5-34.
 - [24] Collins, C. J., & Smith, K. G. (2006). Knowledge exchange and combination: The role of human resource practices in the performance of high-technology firms. *Academy of management journal*, 49(3), 544-560.
 - [25] Shu, C., Page, A. L., Gao, S., & Jiang, X. (2012). Managerial ties and firm innovation: is knowledge creation a missing link?. *Journal of Product Innovation Management*, 29(1), 125-143.
 - [26] Chen, J., & Liu, L. (2024). TMT entrepreneurial passion diversity and firm innovation performance: the mediating role of knowledge creation. *Journal of Knowledge Management*, 28(1), 268-291.
 - [27] Polanyi, M. (2015). *Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy*. University of Chicago Press.
 - [28] Mingaleva, Z., Deputatova, L., Starkov, Y. (2020). Management of Organizational Knowledge as a Basis for the Competitiveness of Enterprises in the Digital Economy. *Lect. Notes Netw. Syst.*, 78, 203–212.

-
- [29] Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- [30] Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American journal of theoretical and applied statistics*, 5(1), 1-4.
- [31] Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Routledge.
- [32] Ambastha, A., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of firms: review of theory, frameworks and models. *Singapore management review*, 26(1), 45-61.
- [33] Indonesia. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- [34] Bahagia, M. Q., Sukanto, A., Dilia, F. B., Ningrum, J., Rosita. N. (2023). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- [35] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Ed.). Cengage Learning.
- [36] Field, A. (2013). *Discovering statistics using SPSS* (4th Ed.). SAGE Publications.
- [37] George, D., & Mallery, P. (2020). *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference* (16th Ed.). Routledge.
- [38] Novita, M. (2024). Destinasi Tumbuh Pesat, Sleman Kebut Munculnya Pelaku Usaha Kuliner Baru. *Tempo*. Diperoleh dari: <https://www.tempo.co/hiburan/destinasi-tumbuh-pesat-sleman-kebut-munculnya-pelaku-usaha-kuliner-baru-41579>.
- [39] Gufron, M. (2024). Sektor Kuliner Masih Mendominasi UMKM di Sleman. *JogloNews*. Diperoleh dari: <https://joglonews.com/2024/10/03/sektor-kuliner-masih-mendominasi-umkm-di-sleman/>.
- [40] Chesbrough, H. (2003). The logic of open innovation: managing intellectual property. *California management review*, 45(3), 33-58.
- [41] Oduro, S. (2020). Exploring the barriers to SMEs' open innovation adoption in Ghana: A mixed research approach. *International Journal of Innovation Science*, 12(1), 21-51.
- [42] Marzo, G., Dumay, J., & Scarpino, E. (2024). Enablers of and barriers to knowledge management in medium-sized professional service firms. *Knowledge Management Research & Practice*, 1-14.