SAMALEWA
JURNAL RISET DAN KAJIAN MANAJEMEN
http://e-journallppmunsa.ac.id/index.php/samalewa
||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

KAPABILITAS INOVASI DAN ORIENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM DI KECAMATAN SUMBAWA

Ika Fitriyani[1], Elly Karmeli[2*], Pebrian Andarista[3]
[123]Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Penulis Korespondensi: ellykarmeli@gmail.com

Article Info

Article History

Received : 04 Mei 2026

Accepted : 15 Juni 2026

Published : 30 Juni 2026

Keywords

Innovation Capability; Market Orientation; Competitive Advantage.

Abstrak

This study aims to determine the effects of innovation capability and market orientation on the competitive advantage of MSMEs in Sumbawa Sub-District, both partially and simultaneously. This study employs an associative research design. The data examined in this study are quantitative data in the form of respondents' response scores obtained directly from primary sources through questionnaires. The population of this study consists of all MSME owners in Sumbawa Sub-District, totaling 670. The sample size was determined using the Slovin formula, resulting in a total of 87 respondents. The samples were selected using a simple random sampling technique. Data were analyzed using multiple linear regression analysis, partial hypothesis testing (t-test), simultaneous hypothesis testing (F-test), and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that, partially, innovation capability and market orientation have positive and significant effects on the competitive advantage of MSMEs in Sumbawa Sub-District. This finding is based on the calculated t-value of 7.728 for innovation capability and 8.527 for market orientation, both of which are greater than the critical t-value of 1.989 (7.728 and 8.527>1.989). Simultaneously, innovation capability and market orientation have a significant effect on the competitive advantage of MSMEs in Sumbawa Sub-District, with a calculated F-value of 87.185, which is greater than the critical F-value of 3.105 (87.185>3.105). Innovation capability and market orientation explain 66.7% of the variation in the competitive advantage of MSMEs in Sumbawa Sub-District, while the remaining 33.3% is influenced by other variables not examined in this study.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dan memiliki nilai strategis sebagai pilar utama perekonomian nasional. Hapsari *et al*. (2024) menempatkan UMKM sebagai pelaku ekonomi yang memiliki kedudukan strategis dalam pembangunan nasional. UMKM telah terbukti menjadi tulang punggung perekonomian nasional, khususnya dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pada tahun 2025, UMKM memberikan kontribusi sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan berkontribusi terhadap ekspor nasional Indonesia mencapai 15,7% dari total ekspor. Dengan lebih dari 64,2 juta unit usaha atau sekitar 99,9% dari total unit usaha di Indonesia, UMKM mendominasi dalam struktur ekonomi nasional.

Peran sektor UMKM tidak terbatas pada kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga mencakup fungsi strategis sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi dan memperkuat fondasi perekonomian daerah. Keberadaan UMKM mendorong sirkulasi uang di daerah serta memperkuat basis ekonomi yang berakar pada masyarakat lokal. Selain itu, UMKM berkontribusi dalam menekan arus migrasi tenaga kerja ke kota-kota besar. Tersedianya peluang kerja di daerah memungkinkan masyarakat mempertahankan sumber penghidupan di wilayah asal. Dampak jangka panjangnya adalah terjaganya stabilitas sosial dan ekonomi di tingkat daerah (Purnomo dan Purwandari, 2025).

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

Kendati memiliki posisi yang strategis, UMKM masih dihadapkan pada berbagai permasalahan struktural maupun operasional. Akses yang terbatas terhadap sumber permodalan menjadi hambatan utama dalam upaya pengembangan skala usaha. Di samping itu, pemanfaatan teknologi digital yang masih rendah turut melemahkan daya saing UMKM di tengah tuntutan ekonomi modern. Tantangan lain yang kerap dijumpai adalah keterbatasan kapasitas manajerial serta lemahnya perencanaan usaha. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya tingkat produktivitas dan inovasi. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih terarah dalam memperkuat UMKM dengan meningkatkan kapasitas internal dan eksternal UMKM secara menyeluruh. Apabila tidak disertai dengan intervensi kebijakan yang tepat, potensi besar UMKM dalam menopang perekonomian lokal akan sangat sulit untuk dimanfaatkan secara optimal (Kholifah dan Andini, 2024).

Tujuan utama kebijakan pembangunan ekonomi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, yang salah satu bentuknya adalah kemakmuran. Kemakmuran akan tercipta karena adanya kegiatan yang menghasilkan pendapatan, sehingga pendapatan terutama pendapatan per kapita merupakan salah satu ukuran kemakmuran yang paling penting karena mencerminkan nilai total barang dan jasa yang dihasilkan dan tingkat kesejahteraan masyarakat secara rata-rata. Pada tingkat daerah, fungsi tersebut menjadikan pengembangan UMKM relevan bagi upaya memperluas sumber penghidupan masyarakat dan menggerakkan aktivitas ekonomi lokal. Dengan demikian, keberhasilan pengembangan UMKM perlu dilihat melalui kemampuan usaha untuk bertahan, berkembang, dan memberikan manfaat ekonomi secara berkelanjutan. Oleh karena itu, perhatian terhadap UMKM perlu diarahkan pada pembentukan keunggulan bersaing (Sihite, 2022).

Keunggulan bersaing pada dasarnya merupakan kemampuan suatu usaha dalam menciptakan dan menawarkan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing sehingga memiliki posisi yang lebih kuat di pasar. Menurut Porter (2019) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai suatu kemampuan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber daya suatu perusahaan untuk memiliki kinerja lebih tinggi dibanding perusahaan lain di industri yang sama. Keunggulan tersebut dapat tercermin melalui keunikan produk, konsistensi kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan pelayanan yang responsif.

Dalam perspektif pembangunan berbasis sumber daya, kemampuan mengelola pengetahuan, teknologi, dan inovasi dapat menjadi dasar untuk menghasilkan nilai yang membedakan usaha dari pesaing. Penelitian Rizqiyah *et al.* (2025) menemukan bahwa kapabilitas inovasi dan *knowledge management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM pengrajin alat kebersihan di Kabupaten Pasuruan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang berasal dari sumber daya internal maupun hubungan usaha dengan pasar. Keunggulan bersaing UMKM sangat bergantung pada kemampuan suatu usaha dalam mengolah sumber daya secara efektif menjadi tindakan strategis yang bernilai lebih baik dibandingkan pesaing.

Dalam konteks penelitian ini, keunggulan bersaing dapat sebagai kemampuan UMKM menawarkan nilai yang dipersepsikan lebih baik oleh pelanggan dibandingkan alternatif yang tersedia sehingga mendukung posisinya dalam menghadapi persaingan. Persoalan strategisnya adalah bagaimana strategi UMKM dalam menghasilkan nilai pembeda yang relevan bagi pelanggan ketika produk dan praktik pemasaran relatif mudah ditiru. Dalam hal ini, salah satu kemampuan internal yang relevan dalam membangun keunggulan bersaing adalah kapabilitas inovasi. Kapabilitas inovasi menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam pembentukan keunggulan bersaing UMKM.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

Kapabilitas inovasi merujuk pada kemampuan usaha mengembangkan dan menerapkan gagasan baru menjadi pembaruan yang bermanfaat secara berkelanjutan. Purwanto *et al.* (2023) mengartikannya kapabilitas inovasi sebagai kemampuan dan keterampilan dalam menciptakan serta menerapkan ide atau gagasan yang baru, unik, serta mampu memberikan nilai tambah (*value*) bagi bisnis. Dalam pandangan ini, kapabilitas tersebut ditempatkan sebagai kemampuan internal yang mendukung pengembangan inovasi secara berkelanjutan. Penekanannya terletak pada kemampuan melakukan pembaruan secara konsisten, sehingga inovasi tidak berhenti pada munculnya ide.

Pada UMKM, kapabilitas inovasi dapat dirumuskan sebagai kemampuan dalam mengubah pengetahuan dan gagasan menjadi pembaruan yang dapat diterapkan dalam kegiatan usaha. Kapabilitas inovasi dapat dilihat melalui kemampuan pelaku UMKM mengenali peluang perbaikan, mencoba gagasan baru, dan mengevaluasi penerapannya. Pembaruan tersebut dapat berupa pengembangan variasi produk, perbaikan kemasan, penyederhanaan proses kerja, atau peningkatan pelayanan. Dengan demikian, kapabilitas inovasi perlu dilihat sebagai kemampuan yang melekat pada pengelolaan usaha, bukan sekadar keberhasilan memperkenalkan satu produk baru.

Secara konseptual, kapabilitas inovasi dapat memperkuat keunggulan bersaing karena memungkinkan UMKM memperbarui penawaran dan menyesuaikan cara kerja dengan kebutuhan pasar. Dukungan empiris terhadap hubungan tersebut ditunjukkan oleh Sumbawati *et al.* (2025) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan kapabilitas inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Sumbawa. temuan ini mengaskan bahwa keunggulan bersaing UMKM sangat bergantung pada kemampuan pelaku UMKM dalam mengaplikasikan sumber daya yang ada dalam rangka mengembangkan dan mengekspor ide-ide baru yang sesuai dengan keinginan pasar dan kebutuhan konsumen.

Selain kapabilitas inovasi, orientasi pasar juga merupakan faktor yang sangat penting dan relevan dalam menjelaskan keunggulan bersaing UMKM. Orientasi pasar mengacu pada kemampuan suatu usaha dalam mengarahkan kegiatan bisnisnya berdasarkan kondisi pasar dan kebutuhan pelanggan. Menurut Nikmah *et al.* (2020), orientasi pasar adalah upaya perusahaan dalam memahami persaingan dan berkomitmen untuk melakukan kreasi dan menciptakan keunggulan bagi pelanggan dengan cara memuaskan kebutuhan konsumen dengan kesesuaian pada keinginan konsumen pada suatu produk. Berdasarkan pandangan tersebut, orientasi pasar dapat dipahami sebagai kecenderungan usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan, memperhatikan pesaing, dan menggunakan informasi pasar dalam pengambilan keputusan.

Pada UMKM, orientasi pasar dapat dirumuskan sebagai perhatian dan respons pelaku UMKM terhadap kebutuhan pelanggan serta perubahan persaingan. Dalam hal ini, orientasi pasar diarahkan pada kemampuan UMKM dalam mengumpulkan keluhan, masukan, dan perubahan selera pelanggan, memperhatikan penawaran pesaing, dan menggunakan informasi tersebut untuk menentukan keputusan usaha. Informasi pasar membantu pelaku UMKM memahami pembaruan yang dibutuhkan pelanggan dan manfaat yang bersedia mereka bayar.

Secara konseptual, orientasi pasar dapat memperkuat keunggulan bersaing karena membantu usaha menentukan penawaran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini didukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pramuki dan Kusumawati (2024) yang menemukan keterkaitan orientasi pasar dengan keunggulan bersaing. Pemahaman pasar dapat menjadi dasar yang sangat penting bagi UMKM untuk menciptakan nilai yang lebih relevan dibandingkan pesaing. Dengan demian, hasil ini memperkuat alasan bahwa pengelolaan usaha perlu bertumpu pada pemahaman pasar yang memadai.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

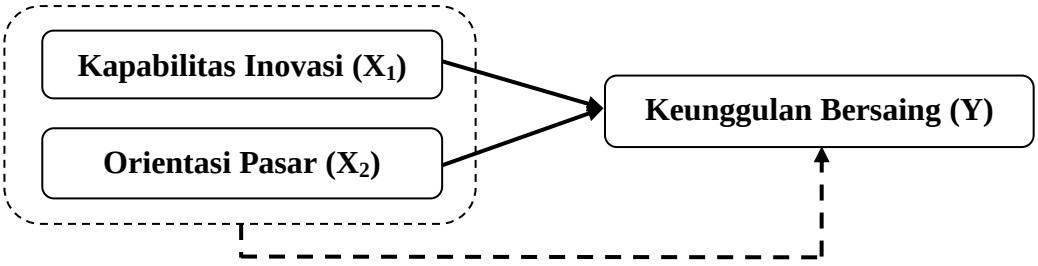
Dalam konteks Kabupaten Sumbawa, khususnya Kecamatan Sumbawa, keberadaan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian daerah sudah tidak diragukan lagi, terutama melalui kontribusinya dalam menyerap tenaga kerja secara masif, memperluas akses ekonomi hingga ke pelosok daerah, serta menjadi sarana penting dalam distribusi pendapatan masyarakat. Kabupaten Sumbawa memiliki kebutuhan untuk memperkuat UMKM sebagai bagian dari pembangunan ekonomi daerah. Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa mencatat jumlah UMKM yang terdaftar di Kabupaten Sumbawa mencapai sekitar 28.000 unit usaha. Besarnya jumlah UMKM tersebut menunjukan bahwa UMKM memiliki peranan penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi daerah, sehingga pengembangan UMKM dipandang sebagai elemen esensial dalam mewujudkan pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan dan berkeadilan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih terarah dalam memperkuat UMKM, diantaranya dengan meningkatkan kapasitas internal dan eksternal UMKM secara menyeluruh.

Dengan demikian, maka penelitian mengenai pengaruh kapabilitas inovasi dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa penting dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai "**Kapabilitas Inovasi dan Orientasi Pasar dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa"**. Secara konseptual, kapabilitas inovasi dan orientasi pasar memberikan kontribusi yang saling melengkapi. Kapabilitas inovasi berkaitan dengan kemampuan menghasilkan pembaruan, sedangkan orientasi pasar membantu menentukan arah pembaruan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hubungan tersebut, maka dapat dinyatakan bahwa UMKM yang mampu berinovasi sekaligus memahami pasar memiliki peluang lebih besar untuk membangun penawaran yang bernilai.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Sujarweni (2021), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini, maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Metode asosiatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji pengaruh variabel-variabel independen (bebas) yang terdiri atas Kapabilitas Inovasi (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) terhadap variabel dependen (terikat), yaitu Keunggulan Bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y). Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model penelitian ini disajikan dalam gambar kerangka konseptual berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif menurut Sugiyono (2021) adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka-

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*). Data kuantitatif dalam penelitian merupakan tanggapan responden yang diangkakan (*scoring*) dalam menjawab pertanyaan yang diberikan melalui kuesioner terkait objek penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Sugiyono (2021), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data secara langsung kepada pengumpul data tanpa melalui perantara. Data primer dalam penelitin ini dikumpulkan oleh peneliti dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden penelitian, yaitu seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Sumbawa.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Priatna *et al.* (2022), populasi adalah keseluruhan unit atau individu yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Berdasarkan pandangan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Sumbawa yang berjumlah 670 orang.

Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi. Menurut Narimawati *et al.* (2020), sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian. Melihat jumlah populasi pada penelitian ini yang relative besar sehingga tidak memungkinkan untuk mengkaji seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, peneliti menetapkan beberapa anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Adapun teknik penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:
n = Jumlah sampel
N = Jumlah populasi
e = *Margin of error* 10% (0.10).

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$= \frac{670}{1 + 670\ (0,1)^2}$$
$$= \frac{670}{1 + 670\ (0,01)}$$
$$= \frac{670}{1 + 6,70}$$
$$= \frac{670}{7,70}$$
$$= 87,01\ \textbf{(Dibulatkan 87)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada peneliti ini adalah sebanyak 87 orang. Pemilihan sampel ditentukan menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random*

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sehingga seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya menggunakan instumen berupa kuesioner. Menurut Kriyantono (2021), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penelitian ini menggunakan skala likert (*likert rating scale*) sebagai alat untuk mengukur pernyataan yang tertera dalam kuesioner. Skala likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek dan objek tertentu. Jawaban setiap instrument mempunyai ruang dari sangat positif sampai sangat negative dengan rentang nilai 1 sampai dengan 5. Item yang bernilai positif maka angka terbesar diletakan pada "sangat setuju", sedangkan item yang bernilai negatif maka angka terbesar diletakan pada "sangat tidak setuju".

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah Kapabilitas Inovasi (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2), sedangkan variabel terikatnya adalah Keunggulan Bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y). Selain itu, dilakukan pula pengujian hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F), dan uji koefisien determinan (R^2). Dalam penelitian ini, data-data diolah dengan menggunakan software *Statistical Package for The Social Science* (SPSS) (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2021), analisis regresi linear berganda merupakan model regresi yang didasarkan pada hubungan linier yang melibatkan dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh Kapabilitas Inovasi (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien regresi yang disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.256	2.419		-1.346	.182
	Kapabilitas Inovasi	.852	.110	.495	7.728	.001
	Orientasi Pasar	.941	.110	.547	8.527	.001
a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing						

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2026.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang disajikan dalam tabel diatas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

$$\mathbf{Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e}$$

Keunggulan Bersaing = -3.256 + 0.852 (Kapabilitas Inovasi) + 0.941 (Orientasi Pasar) + *e*

Interpretasi dari model persamaan regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut:

a. Nilai constanta (a) sebesar -3.256 yang merupakan angka konstan. Hal ini berarti bahwa apabila nilai variabel-variabel kapabilitas inovasi (X_1) dan orientasi pasar (X_2) tidak mengalami perubahan atau bernilai konstan (0), maka nilai keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y) adalah konstan sebesar -3.256.
b. Nilai β_1 koefisien regresi variabel kapabilitas inovasi (X_1) adalah sebesar 0.852 dan bernilai positif yang menunjukkan hubungan searah (berbanding lurus). Artinya, jika variabel kapabilitas inovasi (X_1) mengalami kenaikan nilai sebesar satu satuan, maka keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y) juga akan meningkat sebesar 0.852. Demikian pula sebaliknya, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu orientasi pasar (X_2) tidak mengalami perubahan atau konstan (0).
c. Nilai β_2 koefisien regresi variabel orientasi pasar (X_2) adalah sebesar 0.941 dan bernilai positif yang menunjukkan hubungan searah (berbanding lurus). Artinya, jika variabel orientasi pasar (X_2) mengalami kenaikan nilai sebesar satu satuan, maka keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y) juga akan meningkat sebesar 0.941. Demikian pula sebaliknya, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu kapabilitas inovasi (X_1) adalah konstan (0).

2. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2021), uji hipotesis parsial (uji t) merupakan teknik pengujian yang bertujuan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial atau uji t ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} serta dengan membandingkan nilai probabilitas (sig.) dengan taraf nyatanya. Variabel independen dikatakan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($t_{hitung}>t_{tabel}$) dan nilai signifikansi hasil perhitungan lebih kecil dari taraf nyata 0.05 (sig.<0.05).

Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu Kapabilitas Inovasi (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parsial (uji-t) yang disajikan dalam tabel 1., maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

a. Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam Tabel 1. diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar 7.728 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan (df=n-k=87-3=84) dan α = 5% (0.05) adalah sebesar 1.986, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} (7.728>1.986), sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar 0.001 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 (0.001<0.05). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa kapabilitas inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa.

b. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam Tabel 1. diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar 8.527 dan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan (df=n-k=87-3=84) dan α = 5% (0.05) adalah sebesar 1.986, sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} (8.527>1.986), sedangkan nilai signifikansi yang dihasilkan

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

adalah sebesar 0.001 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 (0.001<0.05). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa orientasi pasar secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa.

3. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021), uji hipotesis simultan atau uji F merupakan teknik pengujian yang bertujuan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji simultan atau uji F ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} serta dengan membandingkan nilai probabilitas (sig.) dengan taraf nyatanya. Variabel-variabel independen dikatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, jika nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($F_{hitung}>F_{tabel}$) dan nilai signifikansi hasil perhitungan lebih kecil dari taraf nyata 0.05 (sig.<0.05).

Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh secara simultan Kapabilitas Inovasi (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y). Hasil pengujian hipotesis simultan (uji F) disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Simultan (Uji-F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1441.122	2	720.561	87.185	.001[b]
	Residual	694.235	84	8.265		
	Total	2135.357	86			
a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Kapabilitas Inovasi						
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing						

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2026.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis simultan (uji F) yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar 87.185 dan F_{tabel} pada derajat kebebasan (df1=k-1=3-1=2) dan (df2=n-k=87-3=84) dan α = 5% (0.05) adalah sebesar 3.105, sehingga F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} (87.185>3.105), sedangkan nilai signifikansi hasil perhitungan adalah sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 (0.001<0.05). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa kapabilitas inovasi dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021), uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) ditentukan dengan nilai *Adjusted R-Square*. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Pada penelitian ini, uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel-variabel Kapabilitas Inovasi (X_1) dan Orientasi Pasar (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa (Y). Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) disajikan dalam tabel berikut ini.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822[a]	.675	.667	2.87484
a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Kapabilitas Inovasi				
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing				

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2026.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan dalam kolom *Adjusted R Square* adalah sebesar 0.667. Hal ini berarti bahwa persentase pengaruh kapabilitas inovasi dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa adalah sebesar 66,7%, sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini, seperti sumber daya manusia, keuangan, manajemen, dan teknologi, lingkungan pasar, persaingan, dan kebijakan pemerintah (Maria *et al.*, 2024).

Pembahasan

1. Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM

Kapabilitas inovasi merupakan salah satu kemampuan internal yang sangat penting dalam pembentukan keunggulan bersaing UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa. Artinya, kemampuan UMKM dalam menghasilkan gagasan dan mengubahnya menjadi perbaikan usaha merupakan salah satu faktor yang dapat memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan. Semakin baik kemampuan UMKM dalam mengembangkan dan menerapkan pembaruan, maka semakin tinggi keunggulan bersaingnya. Sebaliknya, keterbatasan kapabilitas inovasi berpotensi menghambat kemampuan UMKM dalam menciptakan keunikan produk, meningkatkan nilai tambah, serta mempertahankan posisi usahanya di tengah persaingan pasar.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan ide baru, mengembangkan produk, memperbaiki proses produksi, dan menerapkan strategi usaha yang lebih efektif memiliki peranan penting dalam menghadapi persaingan. Kapabilitas inovasi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk baru, tetapi juga mencakup kemampuan melakukan perbaikan terhadap kualitas produk, desain, kemasan, pelayanan, serta metode pemasaran agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam konteks UMKM di Kecamatan Sumbawa, kemampuan inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan variasi produk, peningkatan kualitas bahan baku, pembaruan kemasan, pemanfaatan teknologi digital, serta pengembangan sistem pelayanan yang lebih praktis. Berbagai bentuk inovasi tersebut berpotensi menciptakan karakteristik usaha yang berbeda dari pesaing sehingga konsumen memiliki alasan yang lebih kuat untuk memilih produk yang ditawarkan.

Secara teoretis, hasil penelitian ini sejalan dengan perspektif *Dynamic Capabilities* yang dikembangkan oleh Teece *et al.* (1997) yang menekankan pentingnya kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi kembali kompetensi internal maupun eksternal dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki kemampuan inovasi lebih baik cenderung mempunyai fleksibilitas yang lebih tinggi dalam merespons

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

perubahan lingkungan usaha dan mempunyai memiliki peluang lebih besar untuk membangun keunggulan dibandingkan pesaing. Oleh karena itu, pengembangan kapabilitas inovasi tidak hanya bermanfaat dalam menciptakan pembaruan produk, tetapi juga membantu UMKM mempertahankan relevansi dan daya saing usahanya

Hasil penelitian ini memperoleh dukungan dari penelitian nasional yang dilakukan oleh Ariri dan Digdowiseiso (2024) yang menemukan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan berinovasi berperan penting dalam memperkuat daya saing UMKM. UMKM yang terus berinovasi akan dapat menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, meningkatkan efisiensi oprasional, dan membangun kepercayaan di pasar. Oleh karna itu, inovasi yang berkelanjutan bukan hanya sekedaar strategi, tetapi menjadi menjadi kebutuhan bagi UMKMdalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kapabilitas inovasi merupakan faktor strategis dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa. Semakin baik kemampuan UMKM dalam menciptakan dan menerapkan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar, maka akan semakin besar peluang usaha tersebut untuk membangun diferensiasi, meningkatkan nilai produk, dan memperkuat posisi persaingan.

2. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM

Selain kapabilitas inovasi, orientasi pasar juga merupakan faktor penting dalam pembentukan keunggulan bersaing UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa. Artinya, orientasi pasar merupakan salah satu faktor penting yang dapat membantu UMKM membangun dan mempertahankan posisi kompetitifnya. Semakin baik kemampuan pelaku UMKM dalam memahami kebutuhan konsumen, mengamati strategi pesaing, serta merespons perubahan pasar, maka semakin tinggi pula kecenderungan keunggulan bersaing yang dapat dicapai. Sebaliknya, ketidakmampuan pelaku UMKM dalam memahami kebutuhan konsumen, mengamati strategi pesaing, dan merespons perubahan pasar, maka risiko kegagalan usaha atau kalah dalam persaingan pasar akan semakin tinggi.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga pada kemampuan memahami kondisi pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen secara tepat. Pelaku usaha yang memiliki orientasi pasar yang tinggi cenderung lebih peka terhadap perubahan selera, kebutuhan, dan kemampuan daya beli konsumen, serta perkembangan strategi pesaing, sehingga Informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam menentukan keputusan bisnis yang lebih sesuai dengan kondisi pasar. Kemampuan tersebut berpotensi meningkatkan kesesuaian produk dengan kebutuhan pasar dan memperkuat alasan konsumen untuk memilih produk UMKM dibandingkan dengan produk pesaing.

Secara teoretis, hasil penelitian ini sejalan dengan konsep orientasi pasar yang dikemukakan oleh Kohli dan Jaworski (1990) yang menegaskan bahwa orientasi pasar tidak cukup diwujudkan melalui pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, tetapi harus disertai tindakan nyata untuk menyesuaikan strategi dan aktivitas perusahaan. Informasi mengenai perubahan selera pelanggan, perkembangan harga, dan strategi pesaing akan memberikan manfaat kompetitif apabila pelaku usaha mampu mengolahnya menjadi keputusan yang tepat. Oleh karena itu, kemampuan pemilik usaha dalam memahami kebutuhan konsumen, memantau perkembangan pesaing, serta menyelaraskan proses produksi dan pemasaran sangat diperlukan dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing di pasar.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Chairunnisa *et al.* (2025) yang menemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, serta berkontribusi signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa orientasi pasar yang baik dapat meningkatkan daya saing UMKM. Dengan memahami kebutuhan pelanggan dan strategi pesaing, UMKM dapat menyusun strategi yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, serta menciptakan difresiensi yang lebih kuat di pasar.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan faktor strategis dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa. Pelaku UMKM yang mampu memahami kebutuhan konsumen, memantau aktivitas pesaing, dan merespons perubahan pasar mempunyai peluang lebih besar untuk menawarkan nilai yang sesuai dengan harapan pelanggan. Oleh karna itu, UMKM yang ingin bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat harus mengoptimalkan orientasi pasar sebagai bagian dari strategi bisnis mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kapabilitas inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa.
2. Orientasi pasar secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa.
3. Kapabilitas inovasi dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa.
4. Kontribusi kapabilitas inovasi dan orientasi pasar dalam mempengaruhi keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa adalah sebesar 66,7%, sedangkan sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini, seperti sumber daya manusia, keuangan, manajemen, dan teknologi, lingkungan pasar, persaingan, dan kebijakan pemerintah.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis ingin memberikan beberapa saran untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Sumbawa, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Daerah

   Pemerintah daerah melalui dinas terkait disarankan memperkuat kapabilitas inovasi UMKM melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Program tersebut dapat difokuskan pada pengembangan produk, peningkatan kualitas layanan, serta pemanfaatan teknologi untuk memperluas jaringan pemasaran. Melalui berbagai tersebut diharapkan UMKM di Kecamatan Sumbawa mampu menghasilkan produk yang inovatif sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan.
2. Bagi Pelaku UMKM

   Pelaku UMKM diharapkan dapat mengembangkan kapabilitas inovasi secara berkelanjutan melalui pembaruan produk, perbaikan kualitas, penciptaan variasi produk, serta pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dan pemasaran. Selain itu, pelaku UMKM perlu memperkuat orientasi pasar dengan cara memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, dan menyesuaikan strategi usaha dengan perubahan permintaan pasar. Dengan memperkuat pemahaman pasar dan didukung kemampuan berinovasi diharapkan pelaku UMKM mampu mempertahankan keunggulan bersaing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

DAFTAR PUSTAKA

Ariri, A., & Digdowiseiso, K. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pemasaran, dan Kapabilitas Inovasi Organisasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Keunggulan Bersaing. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 3901-3924.

Chairunnisa, D. M., Sudari, S. A., & Ridho, A. (2025). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM di Kota Bogor. *Journal of Innovative and Creativity*, *5*(2), 10837-10848.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Ed. Kesepuluh).* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hapsari, Y.A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif, 2*(4), 53-62.

Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 3*(2), 459-466.

Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (Disertai Contoh Praktis)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Maria, V., Nurkhalida, L., & Ulfa, S. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Inovasi Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *MASMAN: Master Manajemen, 2*(2), 1-7.

Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winarti, M.B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Nikmah, F., Sudarmiatin, Wardoyo, C., Hermawan, A., & Soetjipto, B. E. (2020). The Role of SMES' Market Orientation in Developing Countries: a General Investigation in Four Countries. *Innovative Marketing, 16*(4), 1-12.

Porter, M. E. (2019). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.

Priatna, D.K., Roswinna, W., & Komarian, A. (2022). *Research Methods for Business and Social (Metode Penelitian Bisnis Dan Sosial).* Yogyakarta: Deepublish.

Pramuki, N. M. W. A., & Kusumawati, N. P. A. (2024). Improving SMEs Marketing Performance Through Market Orientation, Product Innovation, and Competitive Advantage in Bali-Indonesia. *Jurnal Economia, 20*(2), 273-286.

Purwanto, E. N. (2023). Pengaruh Kompetensi Manajer melalui Kapabilitas Inovasi terhadap Tipe Inovasi UKM Berorientasi Ekspor di Indonesia. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, 6*(4), 488-505.

Rizqiyah, N. Z., Nuraeni, & Murtadlo, K. (2025). Kapabilitas Inovasi dan Knowledge Management Sebagai Determinan Keunggulan Bersaing: Studi pada UMKM Pengrajin Alat Kebersihan di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo, 11*(1), 53-65.

Sembiring, P.Y.S.B., Sari, R.L., & Ruslan, D. (2023). Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Innovative: Journal of Social Science Research, 3*(2), 6698-6710.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 107 - 119

Sihite, R. (2022). Analisis Pengaruh Pendapatan Perkapita, Jumlah Konsumsi Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten/ Kota Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Pariwisata (JEPP), 2*(1), 46-57.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sujarweni, V.W. (2021) *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sumbawati, N. K., Syafruddin, Kurniawansyah, & Karmeli, E. (2025). Pengaruh Kapabilitas Pemasaran dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kabupaten Sumbawa. *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan, 5*(1), 385-394.