

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama dalam pembangunan ekonomi nasional yang berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan menekan tingkat pengangguran, tetapi juga berkontribusi besar terhadap pemerataan pendapatan serta penguatan struktur perekonomian nasional. Perkembangan UMKM menjadi sesuatu yang harus di jaga serta ditingkatkan setiap tahunnya sejalan dengan perkembangan perekonomian yang mengalami naik dan turun dalam beberapa tahun ke belakang. Fungsi penting dari UMKM terlihat pada beberapa bidang, yaitu dapat memperluas lapangan kerja, menyeimbangkan pendapatan, memperlambat laju urbanisasi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang adil (Rahayu & Diatmika, 2024).

Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2025, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 60% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap lebih kurang 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Oleh karena itu, UMKM harus terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk dan jasanya untuk mencapai daya saing yang luas, baik di dalam negeri maupun melalui peningkatan perdagangan ekspor. Hal ini akan memungkinkan mereka untuk memasuki pasar global melalui peningkatan perdagangan ekspor, dan UMKM mampu untuk bersaing dengan konsumen baik nasional maupun internasional.



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Lumajang

Sumber : Badan Pusat Statistik, (2026)

Berdasarkan grafik pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Lumajang pada tahun 2025 mencapai 5,35%, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku tercatat sebesar Rp46,49 triliun dengan PDRB per kapita mencapai Rp40,35 juta. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aktivitas perekonomian di Kabupaten Lumajang terus berkembang sehingga memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan usahanya. Namun, besarnya peluang tersebut juga menuntut pelaku UMKM untuk mampu bersaing dengan usaha sejenis. Oleh karena itu, kemampuan dalam kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan menjadi aspek yang penting untuk menciptakan keunggulan bersaing, sehingga UMKM dapat mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar.

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki keunggulan bersaing. Menurut (Porter, 1985) keunggulan bersaing adalah kemampuan

perusahaan untuk menciptakan nilai lebih tinggi dibandingkan pesaingnya melalui strategi tertentu. keunggulan pesaing yang didapatkan dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi (Rahayu & Diatmika, 2024). UMKM yang tidak memiliki keunggulan bersaing yang kuat cenderung sulit bertahan dalam jangka panjang, khususnya di tengah perubahan selera konsumen, perkembangan teknologi, serta kemudahan akses produk dari berbagai daerah. Oleh karena itu, penciptaan keunggulan bersaing menjadi elemen penting bagi setiap pelaku UMKM.

Kapabilitas pemasaran merupakan serangkaian proses terpadu yang dirancang untuk menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar sehingga mampu menciptakan nilai bagi pelanggan dan menghasilkan kinerja pemasaran yang unggul (Vorhies & Morgan, 2005). Kapabilitas pemasaran (*marketing capabilities*) merupakan serangkaian keterampilan yang dimiliki sumber daya perusahaan dalam bidang pemasaran yang dikembangkan di suatu organisasi dalam menjalankan usaha dengan lebih baik (Kurniawansyah *et al.*, 2025). Dalam konteks UMKM, kapabilitas pemasaran memiliki peran yang sangat strategis karena menjadi kemampuan inti dalam menghubungkan produk dengan pasar. UMKM umumnya memiliki keterbatasan modal, SDM, dan teknologi, sehingga kemampuan pemasaran menjadi penentu utama keberlangsungan usaha.

Inovasi produk merupakan upaya perusahaan untuk menghasilkan produk baru atau melakukan perbaikan terhadap produk yang telah ada melalui perubahan kualitas, fitur, desain, maupun manfaat sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih baik kepada konsumen (Tjiptono, 2015). Inovasi produk adalah sesuatu yang dirasakan seseorang terhadap suatu produk, layanan, atau ide. Bahkan jika ide tersebut sudah ada sejak lama, hal itu dapat dianggap sebagai inovasi dalam pengembangan produk (Darma *et al.*, 2022). Dalam konteks UMKM, inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah sehingga mampu menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat dan dinamis. Pelaku usaha yang terus berinovasi akan lebih mudah menarik minat konsumen, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan penjualan dan profitabilitas usahanya secara berkelanjutan.

Kompetensi kewirausahaan merupakan gabungan sikap, keterampilan, dan pengetahuan yang harus dimiliki pelaku usaha untuk diterapkan dalam menjalankan bisnis sehingga mampu mencapai kesuksesan. UMKM yang memiliki kompetensi kewirausahaan tinggi cenderung lebih proaktif dalam mencari peluang, berani mengambil risiko, serta mampu beradaptasi dengan perubahan pasar. Wirausahawan yang kompeten juga memiliki kualitas pribadi, sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang diperlukan dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu, kompetensi kewirausahaan menjadi faktor penting yang mendorong UMKM lebih adaptif, inovatif, dan mampu meningkatkan kinerja usahanya secara berkelanjutan.

Ketiga faktor tersebut kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan dapat menciptakan sinergi yang positif dalam meningkatkan keunggulan bersaing untuk mendorong perkembangan UMKM. Keunggulan bersaing mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing, yang dapat dicapai melalui pengembangan produk yang inovatif, layanan pelanggan yang unggul, dan efisiensi proses bisnis. Oleh karena itu, penting untuk melakukan studi lebih lanjut mengenai pengaruh ketiga variabel ini terhadap keunggulan bersaing UMKM, khususnya di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

Kabupaten Lumajang dijuluki "Kota Pisang" karena merupakan salah satu daerah penghasil pisang terbesar di Jawa Timur dan Indonesia. Didukung oleh lahan pertanian yang luas dan subur di lereng Gunung Semeru, Lumajang mampu menghasilkan ribuan ton pisang setiap tahunnya. Selain itu, daerah ini dikenal memiliki berbagai jenis pisang unggulan, seperti Pisang Agung yang berukuran besar dengan rasa manis dan aroma khas, serta Pisang Mas Kirana yang banyak diminati sebagai oleh-oleh khas daerah. Julukan tersebut menjadi bentuk pengakuan atas potensi pisang yang melimpah, yang tidak hanya menjadi identitas Kabupaten Lumajang, tetapi juga berperan sebagai salah satu sumber ekonomi masyarakat.

Tabel 1. 1 Penghasil Pisang Di Kabupaten Lumajang

No	Kecamatan	Produksi (Kw)
1	Tempursari	163.800,00
2	Pronojiwo	1.327,00
3	Candipuro	16.517,76
4	Pasirian	7.545,00
5	Tempeh	28.761,00
6	Lumajang	440,00
7	Sumbersuko	650,00
8	Tekung	1.536,00
9	Kunir	36.250,00
10	Yosowilangun	1.017,00
11	Rowokangkung	6.094,75
12	Jatiroto	6.058,00
13	Randuagung	5.334,20
14	Sukodono	162,81
15	Padang	8.560,00
16	Pasrujambe	62.000,00
17	Senduro	273.212,00
18	Gucialit	25.500,00
19	Kedungjajang	5.555,00
20	Klakah	5.245,00
21	Ranuyoso	28.448,00
Total		684.013,52

Sumber : Badan Pusat Statistik (2025)

Salah satu kecamatan dengan produksi pisang terbesar di Kabupaten Lumajang adalah Kecamatan Senduro dengan total produksi mencapai 273.212,00 kwintal. Tiga desa yang menjadi penghasil pisang terbesar di Kecamatan Senduro yaitu Desa Senduro, Burno, dan Sarikemuning. Melimpahnya hasil panen pisang tersebut mendorong masyarakat untuk mengolahnya menjadi berbagai produk, seperti sale pisang, pisang molen, nugget pisang, bolu pisang, strudel pisang, dan keripik pisang. Di antara berbagai olahan tersebut, UMKM keripik pisang menjadi salah satu usaha yang berkembang di Kecamatan Senduro karena memiliki daya simpan yang lebih lama, proses distribusi yang lebih mudah, serta permintaan pasar yang relatif stabil dibandingkan produk olahan pisang lainnya yang lebih mudah rusak. Produk keripik pisang yang dihasilkan tidak hanya tersedia dalam varian rasa original, seperti asin dan manis, tetapi juga dikembangkan dengan berbagai varian rasa, seperti cokelat, keju, moka, dan stroberi, sehingga memberikan lebih banyak pilihan sesuai dengan preferensi konsumen. Selain itu, produk dikemas menggunakan kemasan plastik yang dilengkapi label informasi produk,

sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan, mutu, dan kualitas produk yang ditawarkan. Industri keripik pisang di Kecamatan Senduro memiliki potensi bahan baku pisang yang melimpah sehingga mendorong tumbuhnya UMKM keripik pisang.

Tabel 1. 2 Jumlah Responden Penelitian Setiap Desa Di Kecamatan Senduro

No.	Nama Desa	Jumlah Responden
1.	Purworejo	5
2.	Sarikemuning	4
3.	Pandansari	5
4.	Burno	8
5.	Kandangtepus	7
6.	Kandangan	3
7.	Bedayu	3
8.	Bedayu Talang	2
9.	Wonocempokoayu	3
10.	Argosari	3
11.	Ranupane	2
12.	Senduro	5
TOTAL		50

Sumber : Data Primer, 2026

Berdasarkan data penelitian, UMKM keripik pisang tersebar di 12 desa, yaitu Purworejo, Sarikemuning, Pandansari, Burno, Kandangtepus, Kandangan, Bedayu, Bedayu Talang, Wonocempokoayu, Argosari, Ranupane, dan Senduro, dengan jumlah responden sebanyak 50 pelaku UMKM. Persebaran UMKM di berbagai desa tersebut menunjukkan bahwa usaha keripik pisang telah berkembang dan menjadi salah satu kegiatan ekonomi masyarakat di Kecamatan Senduro. Kondisi ini mencerminkan adanya potensi yang besar bagi UMKM keripik pisang untuk terus berkembang, namun di sisi lain juga menimbulkan persaingan antar pelaku usaha.

Pada periode tertentu seperti bulan Ramadan, omzet penjualan UMKM keripik pisang bahkan dapat mencapai sekitar tiga juta rupiah per hari. Namun, UMKM keripik pisang masih menghadapi tantangan seperti, pelaku UMKM belum melakukan strategi promosi yang optimal dan pemanfaatan media sosial yang baik dan mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti penjualan titip di warung atau menunggu pembeli datang langsung, dari aspek inovasi produk UMKM keripik pisang di Kecamatan Senduro masih menghadapi tantangan dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah dan diferensiasi. Akibatnya, persaingan lebih banyak bertumpu pada penawaran harga yang murah dibandingkan inovasi produk, sehingga keunggulan bersaing belum dapat tercipta secara optimal. Selain itu, Kompetensi sumber daya manusia masih keterbatasan pengetahuan dalam mengelola usaha. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh Kapabilitas Pemasaran, inovasi produk, dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM keripik pisang di Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang penting untuk dilakukan sebagai dasar perumusan strategi pengembangan UMKM yang lebih berdaya saing.

Namun masih terdapat kesenjangan penelitian terkait kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan dalam mendorong perkembangan UMKM. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh (Fadhillah et al., 2021) di daerah Labuhanbatu menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM.

Penelitian lain di Kota Ambon menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Tangke, 2025). Penelitian lain juga di Kabupaten Jepara menunjukkan kompetensi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Mil et al., 2023). Kesenjangan empiris tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing belum dapat digeneralisasikan karena dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik usaha. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keunggulan bersaing pada UMKM keripik pisang di Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang.

Penelitian ini memiliki *urgensi* yang tinggi mengingat UMKM keripik pisang di Kecamatan Senduro memiliki potensi besar untuk berkembang, tetapi masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Tantangan tersebut meliputi kapabilitas pemasaran yang belum optimal, inovasi produk yang masih terbatas dalam menciptakan diferensiasi, serta kompetensi kewirausahaan yang belum sepenuhnya mendukung pengembangan usaha. Apabila kondisi tersebut tidak diperbaiki, pelaku UMKM berpotensi mengalami kesulitan dalam mempertahankan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Di sisi lain, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing masih menunjukkan temuan yang beragam. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keunggulan bersaing pada UMKM keripik pisang di Kecamatan Senduro, Kabupaten Lumajang. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam menyusun strategi pengembangan serta pembinaan UMKM yang lebih tepat sasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kapabilitas pemasaran berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Keripik Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang ?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Keripik Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang ?
3. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Keripik Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini antara sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Keripik Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Keripik Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Keripik Pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku UMKM Keripik Pisang
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan bagi UMKM keripik pisang di Kabupaten Senduro mengenai pentingnya kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing, sehingga memberikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis.
- b. Bagi Pemerintah dan Stakeholder Terkait
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar dalam perancangan program pelatihan, pendampingan, serta kebijakan pemberdayaan UMKM keripik pisang yang lebih tepat sasaran dan efektif di Kabupaten Lumajang, khususnya Kecamatan Senduro.
- c. Bagi Peneliti
Penelitian ini memberikan pengalaman serta menambah pengetahuan bagi peneliti dalam melakukan kajian ilmiah mengenai pengembangan UMKM, khususnya dalam konteks agroindustri keripik pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang.

2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen, khususnya di bidang kewirausahaan, dengan meneliti pengaruh kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkuat bukti empiris terkait penerapan teori kapabilitas pemasaran, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing, khususnya pada UMKM sektor agroindustri makanan olahan.
- c. Menjadi dasar referensi dan rujukan akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji variabel serupa maupun mengembangkan model penelitian terkait keunggulan bersaing UMKM dengan objek dan pendekatan yang berbeda.