



Keunggulan Persaingan UMKM Kuliner Berbasis Inovasi Maju (Studi Pada UMKM Cafe Bg One di Garoga, Tapanuli Selatan)

Rubyatul Arabya Nasution¹, Zainarti²

Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: rubyatularabya@gmail.com¹, zainartimm60@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received November 17, 2025

Revised November 28, 2025

Accepted December 11, 2025

Keywords:

Competitive Advantage,
Culinary MSMEs, Innovation

ABSTRACT

This research was conducted in Garoga, specifically at Cafe Bg One's "Sop Buah" business. The aim was to determine the innovation strategies and competitive advantages of Cafe Bg One's culinary offerings. This study employed a qualitative approach. The instruments used were interviews and observation. Data collection techniques included observation, interviews, documentation, and triangulation. The results indicate that the innovations implemented by Sop Buah encompass product, process, organization, and marketing strategy innovations, which align with Oslo's theory. Cafe Bg One's innovation strategies significantly support competitive advantage, enabling the entrepreneur to compete with similar products and thus increase sales.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received November 17, 2025

Revised November 28, 2025

Accepted December 11, 2025

Keywords:

Keunggulan Kompetitif, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Bidang Kuliner, Inovasi

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Garoga, khususnya pada usaha "Sop Buah" milik Cafe Bg One. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi inovasi dan keunggulan kompetitif dari penawaran kuliner Cafe Bg One. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Alat yang digunakan meliputi wawancara dan observasi. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi yang diterapkan oleh Sop Buah mencakup inovasi produk, proses, organisasi, dan strategi pemasaran, yang sejalan dengan teori Oslo. Strategi inovasi Cafe Bg One secara signifikan mendukung keunggulan kompetitif, memungkinkan pengusaha untuk bersaing dengan produk sejenis dan sehingga meningkatkan penjualan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Rubyatul Arabya Nasution

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: rubyatularabya@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, persaingan usaha umkm semakin ketat dan tinggi. Semua usaha harus memiliki keunggulan kompetitif sebagai syarat mutlak agar tidak tertinggal. Tidak hanya bersaing dengan kompetitor lokal daerah, tetapi juga harus bersaing dengan kompetitor luar daerah. Negara berkembang seperti Indonesia ini tidak bisa hanya mengandalkan perusahaan besar saja sebagai motor penggerak, tetapi diperlukan pula keterlibatan dari UMKM yang



memiliki peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, karena berkontribusinya terhadap pertumbuhan produk domestik bruto dan dalam menyerap banyak tenaga kerja (Tambunan, 2012).

Dari tahun ke tahun pertumbuhan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang begitu cepat. Banyak pelaku usaha menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka usaha bisnis, yang dapat terlihat dari banyaknya jumlah UMKM di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sehingga persaingan menjadi sangat ketat. Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Tapanuli Selatan diprediksi mencapai angka 4 ribu. Daerah ini pun lantas dijuluki sebagai ‘Daerah UMKM’. Bupati Gus Irawan Pasaribu menuturkan, ada beberapa faktor pendukung, sehingga UMKM tumbuh subur di Tapanuli Selatan. Pertama, soal kemudahan perizinan dalam membuka usaha. Kabupaten Tapanuli Selatan bahkan mendapat predikat sebagai daerah terbaik yang memberikan kemudahan perizinan usaha di Indonesia. Di Tapanuli Selatan ada sistem kalau pengusaha belum dapat ijin, ia harus dilayani dan malah langsung “jemput bola”. Sangat bagus sekali di Tapanuli selatan ini kalau masalah per izinan (Geliat UMKM Tapanuli Selatan, November 2024). Kabupaten Tapanuli Selatan yang bersebelahan dengan kota Padangsidimpuan menjadi salah satu kota yang mengalami perkembangan pesat. UMKM di bidang kuliner. Dari besarnya jumlah UMKM di Tapanuli Selatan ini membuat para pelaku usaha harus memikirkan strategi terbaik yang akan diterapkan pada usahanya agar mampu bertahan dari para pesaingnya.

Strategi bersaing adalah salah satu strategi yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha cafe dalam menghadapi persaingan. Strategi ini secara umum dapat diartikan sebagai sebuah proses di dalam perusahaan membangun dan mengembangkan berbagai sumber daya strategi yang memiliki potensi untuk menghasilkan keunggulan bersaing dalam suatu usaha cafe. Keunggulan suatu cafe tersebut memiliki dua peran, yaitu sebagai alat untuk menghasilkan kinerja dan sebagai alat untuk menetralkan asset dan kompetensi bersaing yang dimiliki oleh pihak cafe para pesaing. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh para pelaku usaha UMKM cafe itu adalah dengan melakukan inovasi. Inovasi sangat diperlukan agar usaha bisa bersaing dan produk -produk selalu terkini dan akan selalu ada cara untuk menarik para konsumen dan diharapkan dari inovasi tersebut dapat mendorong peningkatan penjualan dan akhirnya akan memperoleh peningkatan keuntungan, bukan hanya peningkatan keuntungan saja, tetapi juga meningkatkan berbagai kemampuan antara lain kemampuan untuk memasuki pemasaran yang lebih menarik lagi serta dapat menarik pelanggan baru. Strategi ini banyak digunakan dalam tipe usaha kuliner yang menuntut inovasi tinggi pada produk yang dihasilkannya seperti cafe bg one.

Beberapa penelitian menyatakan bahwa antara keunggulan bersaing dan inovasi terdapat hubungan. Menurut Setyawati (2015) bahwa keunggulan kompetitif harus dipertahankan, dan dikembangkan, salah satunya dengan selalu melakukan inovasi. Para pelaku UMKM harus mempunyai keunggulan untuk bersaing dan juga memiliki kemampuan berpikir inovatif dan kreatif. Dalam era persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini diperlukan inovasi secara terus menerus agar paling tidak perusahaan bisa bertahan dan bertumbuh.

UMKM yang mempunyai kemampuan berinovasi tinggi akan lebih berhasil dalam menghadapi lingkungannya yang selalu berubah-ubah dan sangat cepat perubahannya, yang menyebabkan keunggulan kompetitif dan dapat meningkatkan kinerjanya menjadi lebih



optimal dan baik ke depan nya. Menurut Arianto, Wahyudi, dan Iswono, (2013) dengan melakukan inovasi produk mampu meningkatkan daya saing usaha cafe dan membuat nya menjadi unggul. Penelitian ingin mengetahui bagaimana inovasi pada Umkm Cafe Bg One dengan menu yang sangat banyak peminat nya yaitu “Sop Buah” saat ini dan bagaimana keunggulan bersaingnya cafe Bg One, sehingga Sop Buah ini saat ini digemari oleh semua kalangan. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Cafe Bg One yang berlokasi di Kabupaten Tapanuli Selatan, Garoga.

Identifikasi Masalah – Café BG One Sop Buah

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap operasional Café BG One Sop Buah, ditemukan beberapa permasalahan yang berpotensi mempengaruhi kinerja usaha, antara lain:

1. Terjadi penurunan penjualan sop buah akibat cuaca yang kurang bagus dalam beberapa bulan ini.
2. Kegiatan pemasaran masih bersifat konvensional dikarenakan blom bisa membeli dengan aplikasi seperti shopee dan lainnya sehingga jangkauannya terbatas.
3. Pemanfaatan media sosial belum optimal, baik dalam konsistensi unggahan, tampilan konten, maupun interaksi dengan calon pelanggan.
4. Persaingan usaha semakin tinggi, ditandai munculnya kedai minuman segar, es buah, dan café lain di area sekitar.
5. Brand awareness Café BG One Sop Buah belum kuat, sehingga banyak calon pelanggan belum mengenal keberadaan dan keunggulan produk café ini.

Rumusan Masalah – Café BG One Sop Buah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran digital terhadap peningkatan penjualan Café BG One Sop Buah?
2. Sejauh mana pemanfaatan media sosial berkontribusi dalam meningkatkan brand awareness Café BG One Sop Buah?
3. Apakah inovasi menu berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan di Café BG One Sop Buah?
4. Bagaimana posisi daya saing Café BG One Sop Buah dibandingkan dengan café atau kedai minuman segar lainnya di wilayah sekitar?

KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Inovasi

Inovasi berarti suatu ide, produk, informasi teknologi, kelembagaan, perilaku, nilai-nilai, dan praktik-praktik baru yang belum banyak diketahui, diterima, dan digunakan atau diterapkan oleh sebagian besar warga masyarakat dalam suatu lokalitas tertentu, yang dapat digunakan atau mendorong terjadinya perubahan-perubahan di segala aspek kehidupan masyarakat. Jenis-jenis inovasi terdiri dari inovasi produk, inovasi pemasaran, inovasi proses,



inovasi teknikal, dan inovasi administrasi. Inovasi produk menjelaskan mengenai produk yakni bagaimana isi produk tersebut, seperti apa rasanya, kualitasnya, dan yang lainnya.

Inovasi produk juga melihat bagai mana kemasan dari produk sop buah tersebut apawasanya, warna, sistem untuk membuka tutup cup, bentuknya, dan lain sebagainya. Selanjutnya, inovasi pemasaran membahas mengenai bagaimana cara seorang pengusaha dalam menjual produknya, seperti bagaimana mendistribusikannya, memasarkannya, mengiklankannya, dan bagaimana cara menciptakan permintaan.

Kemudian selanjutnya adalah inovasi proses. Dapat dilihat dari bagaimana proses pengusaha café menciptakan produk, proses produksi, proses teknologi pengemasannya, riset dan pengembangan, menciptakan mesin baru, dan lain lain. Inovasi teknikal terdiri dari teknik desain, teknik pengawasan, dan teknik pengerjaannya. Yang terakhir, inovasi administrasi berisi mengenai bagaimana seorang pengusaha cafe menyimpan data, membuat dan mengumpulkan data. Empat jenis utama dari inovasi, yaitu: produk, proses, pemasaran, dan organisasi. Inovasi pada produk dan proses terkait erat dengan inovasi teknologi. Sementara cakupan inovasi pada pemasaran dan organisasi lebih luas lagi, berhubungan dengan berbagai inovasi yang tidak berbasis teknologi.

Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan suatu alat dasar yang menentukan arah inovasi bisnis berdasarkan strategi bisnis dan tujuan strategis. Strategi inovasi juga membantu bisnis menemukan tantangan baru bagi perkembangan dan pertumbuhan mereka. Strategi inovasi merupakan konsep manajemen, terdiri dari banyak kegiatan internal dan eksternal yang meningkatkan potensi inovasi bisnis. Hal ini diperlukan untuk menekankan pentingnya dan peranan yang mempengaruhi pembentukan strategi inovasi. Peranan tersebut berasal dari karyawan bisnis, manajer, dan juga pelanggan.

Hubungan yang positif dan kuat antara variabel strategi inovasi dengan keunggulan bersaing. Ketika pelaku UMKM kuliner seperti cafe menerapkan orientasi kewirausahaan terhadap usahanya maka keunggulan bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat. Inovasi merupakan proses yang sangat penting dan jika dilakukan dengan berdasarkan pada visi ke depan tentang produk tersebut dan tepat sesuai dengan karakteristik produk dan usaha, maka terbukti dapat meningkatkan kinerja industry kecil menengah.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan perbedaan produk atau jasa yang diciptakan dari pesaingnya dalam menembus pasar. Strategi bersaing adalah penentuan tujuan jangka panjang yang dilakukan oleh suatu organisasi bisnis untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep strategi tersebut sebagai berikut:

Sebelum membahas terkait keunggulan bersaing, diperlukan pengetahuan tentang esensi utama dari keunggulan bersaing. Mengutip dari pendapat Birasnav (2014), yang mengatakan *“strategy is the determination of the long-term goals and objectives of an enterprise, and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these goals”* *“strategy is the determination of the long-term goals and objectives of an enterprise,*



and the adoption of courses of action and the allocation of resources necessary for carrying out these goals” Pendapat tersebut menandakan bahwa strategi merupakan tujuan perusahaan dalam mengadopsi sumber daya yang dimiliki, sehingga sebuah kemampuan atau sumber daya yang dimiliki perusahaan, sangat diperlukan dalam membuat sebuah strategi untuk keunggulan bersaing.

Definisi menitik beratkan keunggulan bersaing pada *defferentiation product* dalam menggapai keunggulan bersaing. strategi bersaing dalam perusahaan sangat diperlukan dalam meraih tujuan dari organisasi dalam persaingan bisnis yaitu keunggulan bersaing. Di sini dimaknai bahwa strategi lebih kepada bagaimana membuat suatu perencanaan, taktik, memenangkan posisi, pola sampai kepada perspektif yang dibuat untuk dilaksanakan dalam waktu yang cukup panjang, sehingga ujungnya adalah bagaimana memenangkan pasar agar lebih maju.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, metode penelitian kualitatif ini sering digunakan oleh para peneliti bidang ilmu sosial, antara lain bidang ilmu Manajemen. Setelah fokus penelitian menjadi jelas maka akan dikembangkan menjadi instrument penelitian sederhana yang dapat melengkapi data dan membandingkan data dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.

1) Subjek dan Objek Penelitian

Terdapat tiga situasi social dalam penelitian kualitatif ini yaitu:

- a. Penelitian ini mengambil tempat di tempat usaha umkm Cafe Bg One“Sop Buah” Tapsel.
- b. Pelaku atau actor atau informan adalah pemilik usaha “Cafe Sop Buah”.
- c. Aktivitas dalam penelitian ini adalah aktivitas mengenai inovasi yang dilakukan oleh usaha
- b. cafe Bg One “Sop Buah”

2) Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling.

3) Teknik pengumpulan data: Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan gabungan dari: Observasi, wawancara dan dokumentasi. Dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan:

- a. Sumber primer: sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
- b. Sumber sekunder: sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, dalam penelitian ini yaitu dokumen-dokumen Cafe Bg One“Sop Buah”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, pengamatan serta dokumentasi lainnya, sehingga mudah difahami. Langkah-langkah dalam analisis data setelah data terkumpul, yaitu:

- 1) Reduksi data (data reduction)
- 2) Penyajian data (data display)



3) Conclusion drawing (verifikasi)

Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk mencari tema dan polanya. Penyajian data (data display), dapat dilakukan dalam bentuk narasi singkat, bagan, hubungan antar kategori, serta bisa dalam bentuk flowchart, dan sejenisnya. Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, dari data yang diperoleh hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi kemudian diolah, sehingga menjadi suatu temua

Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian kualitatif, data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Member check, yaitu proses pengecekan data yang diperoleh kepada pemberi data, dan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data. Dalam penelitian kualitatif uji reliabilitas dilakukan dengan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.

Pembahasan

Sop Buah, yang juga dikenal sebagai minuman yang terbuat dari berbagai macam ragam buah-buahan, yang berasal dari dalam dan juga luar negeri, yang dari dalam negeri yaitu buah Semangka Melon, Pepaya, Nanas, Alpukat, Mangga, Rambutan, Nangka, Buah naga Sedangkan yang dari luar negeri ada buah Apel, Pir, Anggur, Kiwi, Stroberi, Lengkeng. Sop buah ter masuk jenis minumannya yang sering di cari oleh banyak orang terkhususnya bulan puasa karena rasa nya yang sangat enak, menyegarkan dan juga model atau gaya nya yang membuat banyak orang tertarik karena minuman tersebut dapat menyatukan berbagai buah dalam 1 wadah yang dapat menarik minat para pembeli. Minuman Sop buah ini banyak di temui hampir di seluruh Indonesia. Salah satunya yaitu di Kabupaten Tapanuli Selatan terutama di desa garoga karena banyak nya peminat dan juga letak nya yang strategis dekat dengan pertambangan yang panas dan terik yang membuat banyak pekerja tambang tersebut banyak yang membeli dan memesan nya dalam jumlah yang tinggi. Selera konsumen yang sering berubah-ubah membuat para pelaku usaha khususnya UMKM, membuat inovasi olahan minuman dan makanan menjadi berbagai macam ragam, bukan cuman sop buah saja melainkan seperti es teler, es kelapa muda, dan berbagai macam jus-jus yang segar. Selain melimpah nya buah-buahan di Indonesia. Sop buah dan minuman ini merupakan jenis minuman yang dapat di nikmati oleh setiap kalangan ter khususnya di kalangan anak muda dan juga orang tua karena rasanya yang enak dan menyegarkan. Anak-anak metropolis juga akrab dengan minuman dan makanan ringan yang terbuat dari bahan-bahan alami ini. Ter khususnya mereka lebih suka menikmati minuman jusnya karena memiliki kemasan yang sangat praktis untuk di bawa kemana saja dan mudah untuk di konsumsi. Dari pengamatan penjual Sop buah dan minuman lainnya bahkan makanan ini pun saat ini didominasi oleh anak muda dan kalangan tua yang sangat cocok di kantong dan rasanya yang khas dengan buah-buahan yang asli dan juga makanannya seperti nasi goreng ifumi yang sangat enak yang masih cocok di citarasa kalangan muda dan tua. Salah satu produk minuman adalah yang terlaris selain sop buah adalah jus alpukat dan juga makanan yang paling laris adalah nasigoreng kampungnya



yang sangat enak . Produk yang awal mula diluncurkan tahun 2008 ini awalnya begitu diterima pasar dan diminati oleh semua kalangan dan yang dulu nya hanya berada di sebuah cios kecil saja sekarang sudah menjadi sebuah cafe yang besar dan terkenal. Namun, seiring berjalannya waktu Sop buah dan makanan lain nya mulai meningkat omset penjualannya, pengusaha ini melakukan inovasi produk yang memiliki banyak menu agar orang-orang tidak merasa bosan dengan menu utama, cafe ini mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan usaha. Menyikapi permasalahan agar orang tidak merasa bosan tersebut, inovasi sangat perlu dilakukan oleh produk minuman dan makanan ini agar mampu menggenjot omset penjualan serta mampu bersaing dengan UMKM lain yang sejenis seperti sebelumnya. Selera konsumen yang cepat sekali berubah menuntut produsen makana harus selalu berinovasi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen tersebut. Inovasi yang dilakukan disesuaikan dengan selera konsumen agar memberikan hasil yang lebih inovatif dan bisa diterima pasar. Inovasi yang bisa dilakukan Cafe Bg One, antara lain:

1) Inovasi pada produk

Inovasi yang umum dilakukan oleh pelaku usaha di bidang kuliner seperti cafe adalah inovasi pada rasa. Sop buah dan makanan lain nya menerapkan inovasi rasa ini pada makana dan minuman. Berani melakukan riset untuk menawarkan rasa yang baru yang bisa diterima lidah konsumen. Selain inovasi pada rasa yang ditawarkan, juga dilakukan inovasi pada kemasan salah satunya yaitu dari segi desain. Desain yang menarik tentu akan membuat konsumen tertarik untuk membeli minuman dan makanan tersebut. Desain produk dibuat sangat menarik dan hal tersebut yang membedakan antara produk makana dan minuman dengan produk yang lain. Hal ini senada dengan yang dikatakan Alamsyah (2016), Keunggulan bersaing merupakan perbedaan produk atau jasa yang diciptakan dari pesaingnya dalam menembus pasar. Sop buah dan nasi goreng kampung setelah melakukan inovasi sekarang menjadi berbeda dengan produk-produk lain yang sekelas. Selain pada desain, inovasi lainnya bisa dilakukan pada ukuran kemasan yang digunakan. Sop buah dan nasi goreng kampung melakukan inovasi pada kemasan yaitu membuat bentuk kemasan yang khas yang belum dimiliki oleh sop buah dan makanan berat lainnya.

2) Inovasi pada proses

Cafe Sop buah dengan berbagai varian ukuran untuk produknya sehingga bisa menjadi ciri khas produk untuk membedakan dengan produk pesaing.

3) Inovasi Organisasi

Cafe Sop buah bg one juga melakukan inovasi pada organisasi, antara lain mengisi tenaga pemasaran dengan merekrut tenaga pemasaran usia muda untuk menarik minat para calon pelanggan muda.

4) Inovasi pada strategi pemasaran

Selain memasarkan produk secara langsung dan melalui media sosial, Cafe bg one dengan memasarkan produknya melalui pusat tempat seperti pertambangan daerah setempat. Masuknya Sop buah ke pusat tempat tambang emas martabe membuat peluang pasar tentu lebih besar. Selain ke pusat tempat pertambangan, Sop buah ini juga bisa memasarkan produknya melalui startup jual beli online yang ada dan menyediakan pengantara ke tempat, yang selama ini belum pernah dimasuki oleh pemasok makanan dan



minuman lain nya seperti Perkantoran Perusahaan PT yang ada di daerah setempat yang membuatnya berbeda dari cafe lainnya.

Inovasi yang dilakukan oleh cafe sop buah bg one senada dengan teori Oslo yaitu inovasi pada produk, proses, pemasaran, dan inovasi organisasi. Dari hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi dapat diketahui bahwa keunggulan bersaing produk minuman dan makanan adalah terletak pada keunggulan produk dengan cita rasa tinggi dan juga kemasan yang menarik konsumen dan cup, produk minuman dan makanan dibuat secara higienis dan bentuk produk yang unik yang berbeda dengan produk lain yang sejenis, keunggulan lain pada cafe bg one yaitu pada strategi pemasarannya, strategi memasarkan produknya menggunakan berbagai cara dengan bidang rendah antara lain yaitu secara konsinyasi di pusat perkantoran dan perusahaan besar, penjualan secara langsung, dan juga pemasaran secara online. Strategi inovasi sangat menunjang dalam keunggulan bersaing sehingga pengusaha cafe bg one tersebut bisa eksis secara terus menerus. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaeni (2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara variabel strategi inovasi dengan keunggulan bersaing. Tidak jauh berbeda dengan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Tapanuli Selatan. Hal ini menunjukkan semakin UMKM kuliner berinovasi terhadap produknya maka keunggulan bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat. Lalu inovasi adalah proses yang sangat penting dan jika dilakukan dengan berdasarkan pada visi ke depan tentang produk tersebut dan tepat sesuai dengan karakteristik produk dan usaha, maka terbukti dapat meningkatkan kinerja IKM.

KESIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Inovasi produk UMKM haruslah terus dilakukan dalam menghadapi persaingan pasar saat ini. Terlebih pada UMKM yang bergerak di bidang makanan. Cafe Bg One berinovasi pada produk yaitu inovasi pada bentuk, rasa, warna, dan inovasi pada kemasan, inovasi pada proses antara lain pada ukuran, sedangkan pada organisasi juga berinovasi pada tenaga pemasaran usia muda, dan inovasi pada strategi pemasaran antara lain menggunakan media social, konsinyasi di perusahaan kantor dan pt yg berada di daerah setempat dan penjualan secara langsung, yang senada dengan teori Oslo. Strategi inovasi yang dilakukan oleh Cafe ini sangat menunjang dalam keunggulan bersaing karena inovasi tersebut yang membedakan antara produk minuman dan makanan dengan produk sejenis lainnya sehingga perusahaan bisa eksis secara terus menerus. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhaeni (2018) dan juga penelitian dari Lestari et al. (2019).

Saran bagi UMKM seperti cafe agar mampu bersaing, lakukan inovasi dan pilih yang sesuai dengan kemampuan cafe antara lain inovasi pada produk, proses, organisasi, atau inovasi pada strategi pemasarannya sehingga mampu bersaing di pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Tambunan. (2012). Usaha mikro kecil dan menengah di Indonesia: Isu-isu penting. Jakarta: Pusataka LP3ES.
- Setyawati, A. (2015). Keunggulan kompetitif dan inovasi (Studi pada umkm sektor industri makanan dan minuman di Bandung Raya). *Jurnal Akademika*, 13(2), 41–44.
- Birasnav, M. (2014). Relationship between transformational leadership behaviors and manufacturing strategy. *International Journal of Organizational Analysis*, 22(2), 205–223.
- Alamsyah, D. P. (2016). Pentingnya external factors untuk keunggulan bersaing industry energy baru terbarukan. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 1–14.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing di industry kreatif (Studi kasus umkm bidang kerajinan tangan di kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 57–74. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>
- Arianto, N. W., Wahyudi, E., & Iswono, S. (2013). Keunggulan bersaing usaha mikro hasil olahan belimbing usaha dagang cemara sari berbasis inovasi produk di kota Blitar. *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*, 1–6. Retrieved from <http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/58926/Novia%20Wahyu%20Arianto.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing umkm kuliner. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111–118. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>