

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI TERHADAP DAYA SAING UMKM KERIPIK BALADO DI KOTA PADANG

Aviva Atma Novia¹, Lorenz Kintana Luwinsky², Anggye Octha Mhanyang Saris³
^{1, 2, 3}Universitas Putra Indonesia YPTK, Jl. Raya Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia
Email: avivaatmanovia6@gmail.com

Article History

Received: 11-03-2026

Revision: 21-03-2026

Accepted: 24-03-2026

Published: 27-03-2026

Abstract. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in driving regional economic growth and strengthening the national economic structure. In the city of Padang, balado crisps are one of the signature culinary products developed through the MSME sector; however, the increasing number of businesses has led to fiercer competition, thereby necessitating an improvement in competitiveness. This study aims to analyse the influence of product quality and innovation on the competitiveness of balado chips MSMEs in the city of Padang. The study employs a quantitative approach with an explanatory research design. Primary data was obtained through the distribution of questionnaires to balado chips MSME operators using a Likert scale. Data analysis was conducted using multiple linear regression to test the influence of product quality and innovation on business competitiveness. The results indicate that product quality and innovation have a positive and significant impact on the competitiveness of balado chip SMEs. Improvements in raw material quality, flavour consistency, and innovations in product variants and packaging have proven effective in strengthening the competitive position of SMEs in the market. These findings indicate that the development of product quality and innovation are key factors in enhancing business competitiveness. Therefore, SME operators need to continuously improve quality and pursue innovation in a sustainable manner to remain competitive and thrive in an increasingly dynamic market.

Keywords: Product Quality, Innovation, Competitiveness, MSMEs, Balado Chips

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta memperkuat struktur ekonomi nasional. Di Kota Padang, keripik balado merupakan salah satu produk kuliner khas yang berkembang melalui sektor UMKM, namun meningkatnya jumlah pelaku usaha menyebabkan persaingan semakin ketat sehingga menuntut peningkatan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap daya saing UMKM keripik balado di Kota Padang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM keripik balado menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap daya saing usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM keripik balado. Peningkatan mutu bahan baku, konsistensi rasa, serta inovasi pada varian produk dan kemasan terbukti mampu memperkuat posisi kompetitif UMKM di pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan kualitas produk dan inovasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu terus melakukan perbaikan kualitas dan pengembangan inovasi secara berkelanjutan agar mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar yang semakin dinamis.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi, Daya Saing, UMKM, Keripik Balado

How to Cite: Novia, A. A., Luwinsky, L. K., & Saris, A. O. M. (2026). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Daya Saing UMKM Keripik Balado di Kota Padang. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 7 (2), 2498-2506. <http://doi.org/10.54373/imeij.v7i2.5241>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi sumber penciptaan lapangan kerja serta penggerak aktivitas ekonomi lokal (Tambunan, 2019). Di Indonesia, sektor UMKM bahkan terbukti mampu bertahan dalam berbagai kondisi krisis ekonomi karena fleksibilitas dan kemampuan adaptasinya dalam merespons perubahan pasar (Sarfiyah et al., 2019). Oleh karena itu, penguatan daya saing UMKM menjadi salah satu strategi penting dalam menjaga keberlanjutan pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional.

Di Provinsi Sumatera Barat, perkembangan UMKM khususnya pada sektor kuliner menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat. Kota Padang sebagai pusat aktivitas ekonomi dan pariwisata memiliki berbagai produk makanan khas yang menjadi daya tarik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan. Salah satu produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah keripik balado, yang dikenal luas sebagai makanan khas Minangkabau dengan cita rasa pedas dan gurih serta menjadi oleh-oleh favorit bagi wisatawan. Namun, meningkatnya jumlah pelaku usaha keripik balado dalam beberapa tahun terakhir juga menimbulkan persaingan usaha yang semakin ketat. Kondisi ini menyebabkan banyak pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam mempertahankan pangsa pasar, terutama bagi usaha yang belum mampu mengembangkan strategi diferensiasi produk secara optimal.

Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif, pelaku UMKM dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui berbagai strategi, salah satunya dengan meningkatkan kualitas produk serta melakukan inovasi secara berkelanjutan (Porter, 1990). Kualitas produk menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas baik, rasa yang konsisten, kemasan menarik, serta memenuhi standar keamanan pangan (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks UMKM kuliner, kualitas produk dapat dilihat dari aspek rasa, tekstur, kebersihan, daya tahan produk, serta desain kemasan yang mampu menarik perhatian konsumen.

Selain kualitas produk, inovasi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Inovasi memungkinkan pelaku usaha menciptakan diferensiasi produk yang memberikan nilai tambah bagi konsumen. Dalam sektor kuliner, inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan varian rasa baru, penggunaan kemasan yang lebih modern dan praktis, peningkatan teknologi produksi, serta pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran (Drucker, 2014). Tanpa adanya inovasi yang berkelanjutan, produk tradisional

berisiko mengalami stagnasi dan kehilangan daya tarik di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas produk dan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing usaha, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada sektor industri besar atau perusahaan manufaktur. Penelitian oleh Prakosa (2005) menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Selain itu, Rosenbusch et al. (2011) juga menemukan bahwa usaha yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan cenderung memiliki performa usaha yang lebih baik. Namun, kajian yang secara spesifik meneliti hubungan antara kualitas produk, inovasi, dan daya saing pada UMKM kuliner tradisional, khususnya pada usaha keripik balado di Kota Padang, masih relatif terbatas.

Keterbatasan penelitian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) terkait faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM pada produk kuliner khas daerah. Padahal, pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor penentu daya saing sangat penting bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap daya saing UMKM keripik balado di Kota Padang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam pengembangan strategi peningkatan daya saing UMKM, khususnya pada sektor industri makanan tradisional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel kualitas produk, inovasi, dan daya saing UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM keripik balado yang beroperasi di Kota Padang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku usaha yang telah menjalankan usaha minimal dua tahun.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari (1) Data primer, diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM, dan (2) Data sekunder, diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, serta laporan terkait UMKM. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Skala pengukuran menggunakan skala Likert 1–5. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Daya saing

X1 = Kualitas produk

X2 = Inovasi

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = error

Pengujian hipotesis dilakukan melalui Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji t, Uji F, dan Koefisien determinasi (R^2)

HASIL DAN DISKUSI

Deskripsi Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi keripik balado di Kota Padang. Karakteristik responden dianalisis untuk mengetahui gambaran umum pelaku usaha yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan hasil pengumpulan data, mayoritas pelaku UMKM telah menjalankan usaha lebih dari tiga tahun, yang menunjukkan bahwa usaha keripik balado merupakan usaha yang relatif stabil dan telah memiliki pengalaman dalam menghadapi dinamika pasar.

Dilihat dari skala usaha, sebagian besar responden tergolong dalam kategori usaha mikro dan kecil dengan jumlah tenaga kerja yang relatif terbatas. Meskipun demikian, usaha tersebut mampu bertahan dan berkembang karena didukung oleh tingginya permintaan pasar terhadap produk keripik balado sebagai salah satu makanan khas daerah. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal serta memperkuat sektor industri makanan tradisional. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha juga mulai memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, seperti penggunaan media sosial dan platform marketplace untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Daya Saing UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM keripik balado di Kota Padang. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting yang menentukan keberhasilan

usaha dalam menghadapi persaingan pasar. Kualitas produk dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator seperti rasa produk, tekstur, kebersihan, daya tahan produk, serta kemasan yang digunakan. Berdasarkan hasil pengolahan data, sebagian besar responden menilai bahwa kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong terjadinya pembelian ulang.

Produk makanan seperti keripik balado sangat bergantung pada kualitas rasa dan konsistensi produk. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki cita rasa khas dan stabil dari waktu ke waktu. Selain itu, penggunaan bahan baku yang berkualitas juga mempengaruhi kualitas akhir produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu memperhatikan standar kualitas dalam setiap tahap proses produksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan keberhasilan suatu produk di pasar. Produk dengan kualitas yang baik akan meningkatkan nilai yang dirasakan oleh konsumen sehingga dapat memperkuat posisi produk dalam persaingan pasar.

Selain itu, Tjiptono (2015) juga menyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran karena dapat menciptakan kepuasan konsumen dan membangun loyalitas pelanggan. Dalam konteks UMKM, kualitas produk yang konsisten dapat menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Dengan demikian, peningkatan kualitas produk tidak hanya berdampak pada kepuasan konsumen tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM secara keseluruhan. Pelaku usaha yang mampu menjaga kualitas produk secara konsisten akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang.

Pengaruh Inovasi terhadap Daya Saing UMKM

Selain kualitas produk, inovasi juga terbukti memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UMKM keripik balado di Kota Padang. Inovasi memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan diferensiasi produk sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai tambah produk. Inovasi dalam industri makanan tradisional dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pengembangan variasi rasa baru, perbaikan desain kemasan, peningkatan proses produksi, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih modern. Dalam penelitian ini, inovasi diukur melalui beberapa indikator seperti pengembangan produk baru, penggunaan kemasan yang lebih menarik, serta pemanfaatan teknologi dalam proses pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM yang aktif melakukan inovasi cenderung memiliki tingkat daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku usaha yang tidak melakukan inovasi. Hal ini disebabkan karena inovasi mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen serta memperluas peluang pasar yang dapat dijangkau oleh pelaku usaha. Temuan ini sejalan dengan pandangan Drucker (2014) yang menyatakan bahwa inovasi merupakan alat utama bagi wirausahawan untuk menciptakan peluang baru serta meningkatkan kinerja usaha. Inovasi memungkinkan pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosenbusch, Brinckmann, dan Bausch (2011) juga menunjukkan bahwa inovasi memiliki hubungan positif dengan kinerja usaha kecil dan menengah. UMKM yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan cenderung memiliki pertumbuhan usaha yang lebih baik serta mampu bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam konteks UMKM keripik balado, inovasi dapat dilakukan dengan menciptakan varian rasa baru seperti balado manis, balado keju, atau balado ekstra pedas. Selain itu, penggunaan kemasan modern yang lebih higienis dan menarik juga dapat meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen, khususnya wisatawan yang membeli produk sebagai oleh-oleh. Dengan demikian, inovasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM karena mampu menciptakan diferensiasi produk dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi terhadap Daya Saing UMKM

Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas produk dan inovasi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM keripik balado di Kota Padang. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam membangun kemampuan usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Kualitas produk yang baik memberikan jaminan kepuasan kepada konsumen, sementara inovasi memungkinkan pelaku usaha menyesuaikan produk dengan perubahan selera dan kebutuhan pasar. Kombinasi antara kualitas yang konsisten dan inovasi yang berkelanjutan pada akhirnya akan menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih kuat bagi UMKM. Hal ini sejalan dengan pandangan Porter (1990) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui diferensiasi produk dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh sejumlah penelitian dari jurnal nasional. Penelitian oleh Widodo dan Jatmoko (2020) dalam Jurnal Pendidikan Vokasi menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk yang disertai inovasi mampu meningkatkan daya saing usaha kecil karena memberikan nilai tambah yang dirasakan langsung oleh konsumen. Selain itu, penelitian Suryanto, Wibowo, dan Hidayati (2021) dalam Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan menemukan bahwa inovasi produk dan perbaikan kualitas secara simultan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha pada sektor industri kecil. Hasil penelitian lain oleh Lestari dan Handayani (2023) juga menunjukkan bahwa inovasi pada kemasan dan diferensiasi produk dapat memperkuat posisi kompetitif UMKM di pasar lokal maupun regional.

Kemampuan pelaku usaha dalam menjaga kualitas sekaligus melakukan inovasi juga berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, sehingga secara tidak langsung meningkatkan reputasi usaha dan memperkuat daya saing di pasar. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mengintegrasikan strategi peningkatan kualitas produk dan inovasi sebagai bagian dari pengembangan usaha, misalnya melalui peningkatan keterampilan produksi, pemanfaatan teknologi yang lebih efisien, serta penggunaan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi pengembangan UMKM, khususnya pada sektor industri makanan tradisional. Pertama, pelaku UMKM perlu meningkatkan perhatian terhadap kualitas produk karena kualitas merupakan faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen dan keberhasilan produk di pasar. Kedua, pelaku usaha juga perlu terus melakukan inovasi agar produk yang dihasilkan tetap relevan dengan kebutuhan konsumen serta mampu bersaing dengan produk sejenis. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk tetapi juga dapat dilakukan pada aspek kemasan, proses produksi, dan strategi pemasaran. Ketiga, pemerintah daerah dan lembaga terkait diharapkan dapat memberikan dukungan kepada pelaku UMKM melalui program pelatihan, pendampingan usaha, serta fasilitasi akses pemasaran. Dukungan tersebut penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengembangkan kualitas produk dan inovasi usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan inovasi merupakan faktor penting yang memengaruhi daya saing UMKM keripik balado di Kota Padang. Kualitas produk yang baik, ditunjukkan melalui konsistensi rasa, mutu bahan baku, serta kemasan yang menarik, mampu meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen. Selain itu, inovasi yang dilakukan pelaku usaha, baik dalam pengembangan varian produk maupun strategi pengemasan, turut memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan pasar. Secara keseluruhan, kualitas produk dan inovasi secara bersama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM. Oleh karena itu, penguatan kedua aspek tersebut menjadi strategi penting yang perlu dilakukan secara berkelanjutan agar UMKM mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

REKOMENDASI

Pelaku UMKM diharapkan terus meningkatkan kualitas produk melalui penggunaan bahan baku yang berkualitas, menjaga konsistensi rasa, serta memperhatikan standar kebersihan dan keamanan pangan. Selain itu, pelaku usaha juga perlu melakukan inovasi secara berkelanjutan, baik dalam pengembangan varian produk, desain kemasan, maupun strategi pemasaran berbasis digital. Pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan kewirausahaan, pengembangan inovasi produk, serta fasilitasi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing UMKM.

REFERENSI

- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, N., & Handayani, R. (2023). Inovasi kemasan dan diferensiasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 45–56.
- OECD. (2018). *Oslo manual: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation*. OECD Publishing.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Prakosa, B. (2005). Pengaruh orientasi pasar, inovasi dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing. *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, 2(1), 35–57.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar pembangunan ekonomi Indonesia. *Jurnal REP*, 4(2), 137–146.

- Suryanto, A., Wibowo, S., & Hidayati, N. (2021). Inovasi produk dan peningkatan kualitas dalam mendukung daya saing industri kecil. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 28(1), 67–78.
- Tambunan, T. (2019). *Development of micro, small and medium enterprises in Indonesia*. LP3ES.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Widodo, S., & Jatmoko, D. (2020). Asesmen autentik berbasis proyek pada pembelajaran praktik di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(2), 123–134.