

Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Produk terhadap Daya Saing UMKM di Desa Kampung Padang

Kelvin Adityo^{1*}, Fadzil Hanafi Asnora², Anita Sri Rejeki Hutagaol³

¹⁻³Program Studi Manajemen, Universitas Labuhanbatu, Indonesia

Email: kevin27294@gmail.com¹, fadzilhanafi@gmail.com², anitasrirejeki@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: kevin27294@gmail.com

Abstract. *This study, using a quantitative methodology, aims to analyze the influence of working capital and product innovation on the competitiveness of MSMEs in Kampung Padang Village. This study involved 150 small and medium enterprise owners in Kampung Padang Village. The Slovin formula was used to determine the sample size, resulting in 32 respondents. Data collection was conducted through observation and questionnaires. In this study, multiple linear regression analysis was conducted using SPSS 25. The results indicate that working capital and product innovation partially and positively influence the competitiveness of MSMEs in Kampung Padang Village. Furthermore, both variables, namely working capital and product innovation, jointly have a positive and statistically significant effect on the competitiveness of small and medium enterprises in Kampung Padang Village. Therefore, in implementing marketing strategies, local small and medium enterprise owners need to focus on increasing trading capital, building emotional bonds, and maintaining consistent product quality to improve the competitiveness of these businesses in Kampung Padang Village.*

Keywords: *Business Capital; Competitiveness; Marketing Strategy; MSMEs; Product Innovation.*

Abstrak. Penelitian ini, dengan menggunakan metodologi penelitian kuantitatif, bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal kerja dan inovasi produk terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang. Penelitian ini melibatkan 150 pemilik usaha kecil dan menengah di Desa Kampung Padang. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel, dan hasilnya dipilih 32 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dilakukan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal kerja dan inovasi produk secara parsial dan positif memengaruhi daya saing UMKM di Desa Kampung Padang. Selain itu, kedua variabel tersebut, yaitu modal kerja dan inovasi produk, secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap daya saing usaha kecil dan menengah di Desa Kampung Padang. Oleh karena itu, dalam menerapkan strategi pemasaran, pemilik usaha kecil dan menengah lokal perlu berfokus pada peningkatan modal dagang, membangun ikatan emosional, serta menjaga kualitas produk yang konsisten, guna meningkatkan daya saing usaha-usaha tersebut di Desa Kampung Padang.

Kata kunci: Daya Saing; Inovasi Produk; Modal Usaha; Strategi Pemasaran; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Di era modern ini, kelangsungan UMKM sangat bergantung pada daya saingnya di pasar. Daya saing tidak lagi hanya bergantung pada keunggulan komparatif tradisional, melainkan lebih ditentukan oleh kemampuan beradaptasi dan kemampuan mengelola sumber daya internal secara strategis. Daya saing dianggap sebagai konsep ekonomi yang lebih baik dibandingkan dengan beberapa indikator ekonomi tradisional (seperti peluang dan pangsa pasar) yang dianggap tidak cukup untuk mencerminkan peningkatan kinerja perusahaan. Selain itu, daya saing penting karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan bersaing secara dinamis di pasar (Yasir & Ilham, 2022).

Baik studi teoretis maupun empiris telah membuktikan adanya dua faktor internal utama yang menentukan daya saing, yaitu modal kerja dan inovasi produk. Modal usaha

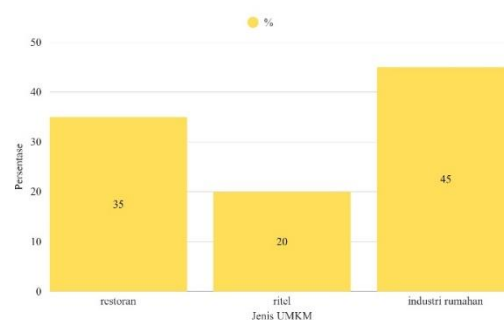
merupakan urat nadi operasional perusahaan, yang menentukan kapasitas produksi dan jangkauan pasar. Istilah “modal” merujuk pada aset yang dimiliki perusahaan, yang mencakup aset yang berasal dari investasi atau kontribusi eksternal, serta aset yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan itu sendiri. Selain itu, modal mewakili portofolio aset modal, yaitu seluruh aset yang dimiliki perusahaan dalam proses produksi dan pengelolaan bisnis dengan tujuan menghasilkan pendapatan (Salim & Rahmadhani, 2024). Modal merupakan faktor yang sangat penting dalam pengelolaan setiap usaha komersial. Saat mendirikan perusahaan atau membuka cabang baru, kurangnya modal yang memadai dapat menghambat jalannya bisnis dan memengaruhi pendapatan. Modal secara mendasar memengaruhi pendapatan dan laba perusahaan, dan biasanya perusahaan yang memiliki modal yang kuat akan tumbuh dengan lancar. Saat mendirikan perusahaan baru atau memperluas bisnis yang sudah ada, modal sangatlah penting, terutama pada tahap produksi yang sangat bergantung pada pembiayaan. Kekurangan modal akan berdampak pada laba bersih perusahaan. Tanpa pembiayaan yang memadai, para manajer akan kesulitan menghadapi tantangan operasional atau memanfaatkan peluang pertumbuhan (Najla, 2025). Pendanaan tambahan ini berdampak positif pada kelancaran pengelolaan bisnis; di mana para manajer UMKM dapat memastikan ketersediaan bahan baku, meningkatkan kualitas produk, dan memperbarui fasilitas usaha (Alyaditha, 2026).

Di sisi lain, inovasi produk merupakan sarana penting UMKM untuk menciptakan nilai tambah, mencapai keunggulan, dan memenuhi selera konsumen yang terus berubah. Di era modern ini, kebutuhan konsumen berubah secara drastis akibat aktivitas yang intensif di bidang kreativitas dan inovasi. Kreativitas dan inovasi yang ditunjukkan oleh berbagai organisasi dan perusahaan tidak hanya mengubah gaya hidup konsumen, tetapi juga memberi mereka lebih banyak pilihan saat membeli produk dan layanan. Perubahan ini mendorong para wirausahawan untuk menyusun strategi guna menghadirkan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Jika sumber daya terbaik dapat dimanfaatkan untuk melaksanakan dan mengelola inovasi serta ide-ide kreatif, kualitas hidup masyarakat akan meningkat dan menjadi lebih sejahtera. Inovasi merupakan unsur yang tak terpisahkan dan tak terelakkan bagi setiap organisasi atau perusahaan (Fatimah, 2021).

Melalui inovasi berkelanjutan, perusahaan dapat beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar, menciptakan nilai tambah bagi konsumen, dan menonjol di tengah persaingan. Produk-produk inovatif biasanya mudah diterima di pasar dan memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan dalam jangka panjang. Desain pada produk dan layanan memainkan peran penting dalam identitas merek dan nilai-nilai intinya. Peran desain tidak

hanya terbatas pada penambahan keindahan pada tampilan luar, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan terkait kualitas, profesionalisme, dan faktor-faktor yang membedakan produk tersebut dari produk perusahaan lain (Davinata & Rohman, 2025).

Desa Kampung Padang merupakan salah satu wilayah yang mencerminkan dinamika ini. Sebagai kawasan penerima manfaat yang memiliki potensi ekonomi lokal tertentu UMKM di desa ini menghadapi tantangan ganda, yaitu kesulitan dalam memperoleh pembiayaan dan kebutuhan mendesak untuk beralih dari model produksi tradisional guna mengatasi persaingan di pasar yang semakin terbuka. Berdasarkan pengamatan terhadap ekosistem kewirausahaan di Desa Kampung Padan, terdapat beberapa fenomena penting yang mendukung perlunya penelitian ini. Mayoritas pemilik usaha kecil dan menengah di Desa Kampung Padan masih bergantung pada pembiayaan mandiri (dana pribadi atau keluarga) yang sangat terbatas. Akibat hambatan administratif dan kurangnya pengetahuan keuangan, peluang untuk memanfaatkan lembaga keuangan formal (bank/KUR) masih terbatas, sehingga membatasi kemampuan mereka untuk memperluas skala usaha.



Gambar 1. Persebaran UMKM di Kampung Padang.

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa porsi sektor restoran di Desa Kampung Padang mencapai 35%, sektor ritel 20%, dan industri rumahan 45%. Produk yang dihasilkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah di desa ini memiliki keseragaman (kemiripan satu sama lain) dalam hal keragaman rasa, kegunaan praktis, desain kemasan, serta penggunaan teknologi digital, namun kurang inovatif. Dengan latar belakang kemudahan distribusi dan perdagangan digital, produk-produk yang lebih inovatif dan ekonomis dari luar wilayah mulai membanjiri pasar lokal di Desa Kampung Padang. Akibatnya, seiring dengan berkurangnya loyalitas konsumen tradisional, produk-produk lokal secara bertahap terpinggirkan dari pasar.

Kekurangan dana merupakan salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha-usaha ini. Akibat kekurangan dana tersebut, pemilik UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi, membeli peralatan yang lebih modern, menambah persediaan bahan baku, atau memperluas jangkauan penjualan. Situasi ini dapat menghambat

perkembangan usaha dan mengurangi kemampuan usaha kecil dan menengah untuk bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki sumber daya lebih melimpah.

Selain kekurangan dana, inovasi produk merupakan tantangan lain bagi UMKM di Desa Kampung Padang. Selama bertahun-tahun, sebagian pemilik usaha terus menjual produk yang relatif serupa dalam hal bentuk, kualitas, kemasan, dan ragam produk. Karena kurangnya inovasi, produk-produk tersebut tidak terlihat menarik di mata konsumen, sehingga sulit bersaing dengan produk sejenis yang menawarkan keunggulan kompetitif atau nilai tambah.

Diasumsikan bahwa kekurangan modal kerja dan kurangnya inovasi produk menyebabkan penurunan daya saing usaha kecil dan menengah. Penurunan daya saing ini tercermin dalam keterbatasan kemampuan usaha-usaha tersebut dalam bidang-bidang seperti mempertahankan pelanggan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, serta menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengkaji sejauh mana pengaruh modal kerja dan inovasi produk, baik secara terpisah maupun bersamaan, terhadap daya saing usaha kecil dan menengah di Desa Kampung Padang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang bermanfaat bagi para manajer usaha kecil dan menengah serta pemerintah desa dalam menyusun strategi yang lebih efektif untuk mengembangkan usaha-usaha tersebut

2. KAJIAN TEORITIS

Modal Usaha

Modal usaha adalah sumber daya usaha yang diperoleh sebelum memulai kegiatan usaha atau selama menjalankannya, baik dalam bentuk aset pribadi maupun pinjaman dari pihak ketiga, dan digunakan oleh pemilik usaha untuk mempertahankan serta mengembangkan kegiatan usahanya (Aji, 2021). Jumlah modal yang dibutuhkan ditentukan berdasarkan jenis usaha (Wulandari, 2023). Modal usaha didefinisikan sebagai biaya yang dipakai untuk menjalankan usaha dan memastikan kelangsungan usahanya (Aprilia & Melati, 2021). Indikator modal kerja meliputi struktur pembiayaan modal, penggunaan modal tambahan, hambatan dalam mengakses modal eksternal, serta kondisi usaha setelah penambahan modal (Fatimah, 2021).

Inovasi Produk

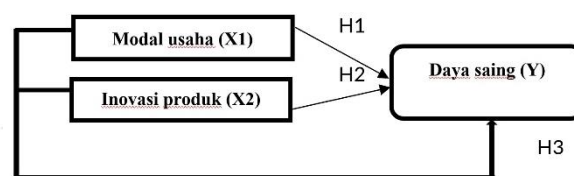
Inovasi produk adalah proses produksi atau penyempurnaan produk baru yang mampu memenuhi persyaratan dan harapan konsumen. Inovasi ini mencakup kreativitas yang diperlukan untuk menciptakan produk, layanan, ide, atau proses baru yang mampu meningkatkan daya saing industri. Menurut beberapa studi akademis, inovasi produk tidak

hanya terbatas pada penciptaan hal-hal yang benar-benar baru, tetapi juga dapat berupa modifikasi atau penyempurnaan produk yang sudah ada (Haryanti, 2025). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Armstrong (Pradana, 2023) inovasi produk mencakup tiga indikator, yaitu: kualitas produk, keragaman produk, dan desain. Produk ini dirancang dengan menekankan pada fungsionalitas, kenyamanan, dan tampilan yang menarik. Desainnya menonjolkan kesederhanaan dan gaya modern, serta menggunakan bahan berkualitas tinggi untuk menjamin ketahanan dan keamanan saat digunakan. Warna-warna dipilih agar sesuai dengan segmen konsumen sasaran, sementara ukuran dan bentuknya disesuaikan agar praktis dan mudah dibawa, serta memberikan nilai tambah jika dibandingkan dengan produk yang serupa. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa desain produk yang baik tidak hanya terbatas pada aspek estetika, tetapi juga mempertimbangkan fungsi, kualitas, dan kebutuhan konsumen. Melalui perencanaan desain yang cermat, produk dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi dan menarik perhatian pembeli, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dan kesuksesan proyek.

Daya Saing

Daya saing merupakan salah satu indikator yang menentukan sejauh mana suatu negara berhasil mencapai tujuannya secara optimal dari perspektif peningkatan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi. Hal yang sama berlaku untuk daya saing di bidang perdagangan (Damanik, 2020). Menurut Porter (1995) pada penelitian (Yasti, 2022) daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam industri tertentu untuk menghadapi berbagai kondisi lingkungan yang dihadapinya.

Saat mengukur daya saing bisnis atau industri, perlu diperhatikan bahwa indikator daya saing perusahaan dapat diukur melalui kualitas, biaya, waktu pengiriman, dan fleksibilitas (Bahar, 2021). Di antara gagasan strategis untuk membangun daya saing yang berkelanjutan adalah: tidak hanya sekadar meniru, tetapi juga menciptakan solusi baru yang belum ditawarkan oleh perusahaan pesaing, serta menyediakan layanan yang cepat, fleksibel, dan akurat untuk membangun loyalitas pelanggan.



Gambar 2. Kerangka Konseptual.

Hipotesis

- H1 : Modal usaha berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang.
- H2 : Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang.
- H3 : Modal usaha dan Inovasi produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang.

3. METODE PENELITIAN

Riset ini dilakukan pada UMKM di Desa Kampung Padang, dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) dalam penelitian (Fajri, 2022) populasi adalah kumpulan subjek yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sebagai objek penelitian, dan dari situlah kesimpulan dapat ditarik. Pengambilan sampel dilakukan terhadap para pedagang yang bergerak di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Kampung Padan, dengan menggunakan metode sampling acak sederhana. Populasi penelitian terdiri dari 150 orang. Sampel dipilih menggunakan rumus slovin dan menghasilkan sampel sebanyak 32 responden.

Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada para pedangan UMKM di Desa Kampung Padang. Metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan melalui tautan survei online. Kemudian akan diuji untuk informasi melalui beberapa teknik analitik sebagai berikut: 1) Uji instrumental penelitian yang meliputi uji validitas dan reliabilitas. 2) Uji asumsi klasik, di uji asumsi klasik dilakukan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, serta uji multikolinearitas. 3) Uji hipotesis, terdiri dari uji T (parsial) yang berguna mengidentifikasi dampak parsial antara variabel bebas serta variabel terikat, dan uji F (simultan) serta uji determinasi yang berguna mengidentifikasi dampak seluruh variabel antara variabel bebas pada variabel terikat. Alat yang digunakan guna menganalisis dan mengolah data penelitian adalah Software IBM SPSS versi 25 (Sofwatillah, 2024).

Data survei ini dikumpulkan melalui sampel acak sederhana, sehingga setiap manajer UMKM memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, dan hasilnya diperoleh 32 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Indikator	Correlation Pearson	Pengukuran Nilai	Status
MODAL USAHA (X1)	X1.1	0,749	0,05	Valid
	X1.2	0,559		
	X1.3	0,585		
	X1.4	0,746		
INOVASI PRODUK (X2)	X2.1	0,792		
	X2.2	0,821		
	X2.3	0,745		
DAYA SAING (Y)	Y1.1	0,767		
	Y1.2	0,469		
	Y1.3	0,523		
	Y1.4	0,409		

Sumber: pengolahan data penelitian

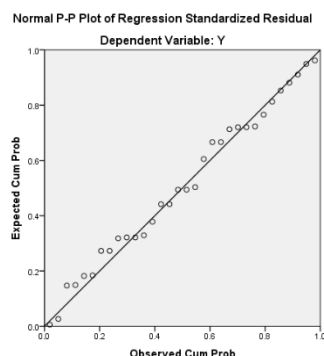
Untuk memastikan keakuratan hasil, telah dilakukan uji reliabilitas. Jika menggunakan instrumen pengukuran yang sama, hasilnya akan konsisten. Jika koefisien alfa melebihi 0,6, kuesioner tersebut dianggap valid. Hasil uji reliabilitas ditampilkan pada tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas.

Variabel	Croanbach Alpha (CA)	Status
produk (X1)	0,759	Valid
harga (X2)	0,820	Valid
tempat (Y)	0,672	Valid

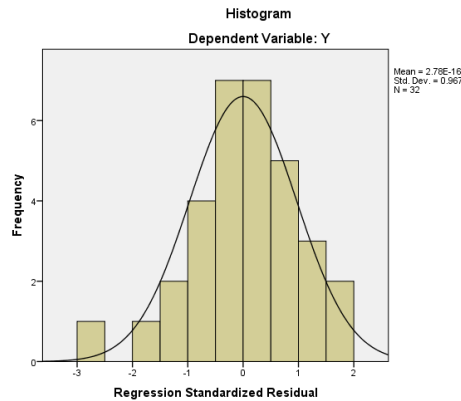
Sumber: pengolahan data penelitian

Hasil verifikasi validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua kuesioner valid dan sesuai untuk setiap item. Nilai yang diperoleh adalah 0,05 atau lebih pada uji validitas, dan 0,6 atau lebih pada uji reliabilitas. Uji distribusi normal dapat dilakukan sebagai analisis tambahan. Hasil uji distribusi normal ditampilkan pada Hasil uji normalitas diperlihatkan di gambar 3.



Gambar 3. Grafik P-P Plot.

Dari diagram di atas, dapat diamati bahwa titik-titik data tersebar dengan pola miring di sekitar garis lurus tersebut, yang mengindikasikan adanya distribusi normal. Dengan demikian, diagram ini memenuhi asumsi distribusi normal. Hasil uji distribusi normal juga dapat diverifikasi pada gambar 4.



Gambar 4. Histogram.

Grafik ini menunjukkan kurva yang benar-benar melengkung ke atas. Sebagaimana ditunjukkan pada gambar, ketika kurva melengkung ke atas, hal ini dapat dianggap sebagai distribusi normal. Hasil uji normalitas juga tercantum dalam tabel 3:

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

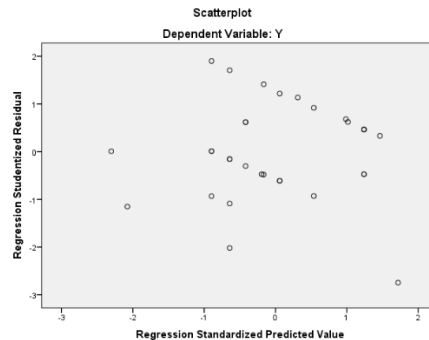
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.07593789
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.078
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.472
Asymp. Sig. (2-tailed)		.979
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Dalam uji distribusi normal ini, digunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk sampel tunggal, dan nilai p-nya adalah 0,979, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data penelitian ini mengikuti distribusi normal. Hasil uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikoleniaritas.

		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.254	3.209		1.326	.195		
	X1	.339	.148	.358	2.287	.030	.978	1.023
	X2	.499	.213	.368	2.346	.026	.978	1.023
a. Dependent Variable: Y								

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk keempat variabel independen kurang dari 10, sedangkan nilai yang diperbolehkan adalah 0,1 atau lebih. Hal ini menunjukkan tidak adanya multikolinearitas dalam data penelitian ini. Hasil uji heteroskedastisitas ditampilkan pada gambar 4.



Gambar 5. Scatterplot.

Gambar 5 menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara acak, yang mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal, dan tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Hasil analisis selanjutnya disajikan dalam pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.254	3.209		1.326	.195
	X1	.339	.148	.358	2.287	.030
	X2	.499	.213	.368	2.346	.026
a. Dependent Variable: Y						

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 5 dapat diketahui hasil uji t memperoleh nilai t hitung dari modal usaha (X1) sebesar $2.287 > t_{\text{tabel}} 1,987$ dengan signifikansi $0,030 < 0,05$ yang berarti variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Selanjutnya variabel inovasi produk (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar $2.346 > t_{\text{tabel}} 1,987$ dan nilai signifikan $0,026 < 0,05$ yang bermaksud inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing. Untuk menguji variabel bebas modal usaha dan inovasi produk maka dilakukan uji f simultan untuk mengetahui variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan atau tidak terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang. Menggunakan persamaan sebagai berikut: $df=k;n - k=4; 94-4 = 4;92$. $F_{\text{tabel}} = (4;92)$ maka nilai F_{tabel} adalah 2,486. Hasil uji f dapat di lihat pada tabel 6.

Tabel 6. Hasil uji F.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.613	2	7.807	6.308	.005 ^b
	Residual	35.887	29	1.237		
	Total	51.500	31			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} = 6.308 > F_{tabel} 2,486$ dan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Dari hasil uji tersebut dapat dijabarkan modal usaha dan inovasi produk secara keseluruhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Untuk menganalisis kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen maka dilakukan uji koefisien determinasi. Hasil uji tersebut dapat dilihat dari tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.551 ^a	.303	.255	1.112	2.480

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Nilai R Square dari tabel di atas adalah sebesar 0,303 artinya daya saing dapat di jelaskan oleh modal usaha dan inovasi produk sebesar 30,3% sedangkan sisanya 69,7% diluar dari penelitian ini.

Pembahasan

Hasil uji t parsial diperoleh nilai t_{hitung} dari modal usaha sebesar $2.287 > t_{tabel} 1,987$ dan signifikansi $0,030 < 0,05$ yang berarti variabel modal usaha berpengaruh signifikan terhadap daya saing. Semakin besar modal usaha maka semakin banyak variasi produk dan dapat menyaingi kompetitor. Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Devi, 2021) yang menunjukkan bahwa modal usaha berdampak positif terhadap daya saing, hal ini juga sejalan dengan prinsip ekonomi yang menyatakan bahwa modal kecil menghasilkan laba tertentu, sedangkan modal besar menghasilkan laba maksimum". Yang penting di sini bukanlah apakah modal itu penting atau tidak dan tentu saja modal sangat penting melainkan bagaimana mengelola modal secara optimal untuk memastikan kelancaran operasional bisnis

Selanjutnya di peroleh hasil dari variabel inovasi produk yaitu t_{hitung} sebesar $2.346 > t_{tabel} 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. Inovasi produk mendorong konsumen untuk membeli produk dan menjadikan UMKM dapat bersaing secara kompetitif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang ditulis oleh (Juminawati, 2024) yang menunjukkan bahwa inovasi produk berdampak positif terhadap daya saing. Peran inovasi produk tidak hanya

terbatas pada perbedaan dari pesaing, tetapi juga berkontribusi pada dinamika sistem kreatif secara keseluruhan. Sangatlah penting bagi usaha kecil dan menengah di Desa Badan untuk memahami faktor-faktor yang mendukung atau menghambat inovasi produk, agar mereka dapat meniti jalan di tengah lanskap kreatif yang terus berkembang.

Nilai F_{hitung} dari hasil uji F sebesar $6.308 > F_{tabel} 2,486$ dan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$. Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan modal usaha dan inovasi produk secara keseluruhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang, inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang, dan modal usaha dan inovasi produk secara keseluruhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Desa Kampung Padang.

DAFTAR REFERENSI

- Aji, A.W. (2021). Pengaruh Modal Usaha, lokasi usaha, dan teknologi informasi terhadap UMKM di Bantul. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, 6(1), 87–102. <https://doi.org/2620-5432>
- Alyaditha, N. (2026). Peran Pembiayaan Syariah dalam Mendorong Kinerja Bisnis dan Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM Kuliner di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 272–284. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.70716/emis.v4i2.519>
- Aprilia, D. S., & Melati, I. S. (2021). Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Modal Usaha dan Bauran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Sentra Batik Kota Pekalongan. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.31331/jeee.v2i1.1728>
- Bahar, H. (2021). Analisis kemampuan intelektual menyusun laporan keuangan terhadap daya saing bagi UMKM di kota batam. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 3(2), 205–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.30871/jama.v3i2.1568>
- Damanik, D. (2020). Analisis daya saing sektor pariwisata di kabupaten simalungun. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 116–125. <https://doi.org/10.36985/ekuilnmi.v2i2.71>
- Davinata, A. E., & Rohman, A. (2025). Peran Desain Produk dan Jasa UMKM Berbasis Etika Syariah di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 3(1), 15–23. <https://doi.org/10.70716/emis.v3i1.227>
- Devi, R. (2021). Pengaruh modal usaha dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan UMKM. *Administrasi Bisnis*, 9(1), 36–45. <https://doi.org/2355-5408>

- Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(1), 369–373. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425>
- Fatimah, S. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 151–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3481>
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., & Febriani, R. M. (2025). Landasan Teori , Penelitian Relevan , Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 391–404. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.989>
- Haryanti, M. F. (2025). Pengaruh pengelolaan sumber daya manusia , inovasi produk dan pemasaran yang efektif terhadap keberhasilan strategi penjualan. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jpsn.v3i1>
- Juminawati, S. (2024). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar , Inovasi Produk , dan Strategi Pemasaran terhadap Daya Saing UKM di Pasar Lokal : Studi pada Industri Kreatif di Bandung , Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(01), 1–10.
- Najla Afaf Ullaya, Ida Farida, A. (2025). Pengaruh Modal Usaha Dan Inovasi Produk the Effect of Business Capital and Product Innovation on the Income of. *Jurnal Riset Akuntansi*, 17(2), 179–190. <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jra.v17i2.17470>
- Pradana, N. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Ekonomi-Bisnis*, 7(2), 514–523. <https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v7i2.1370>
- Salim, N., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Among Makarti*, 17(1), 111. <https://doi.org/10.52353/ama.v17i1.634>
- Sofwatillah, R. (2024). Tahnik Nalisis Data Kuantitatif dan Kualitatif dalam Penelitian ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 79–91. <https://doi.org/E-ISSN: 2580-6416>
- Sopian, A. A. F. M. I. A. (2019). Pengaruh alokasi dana desa terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di desa longonsari. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 10(3), 41–57. <https://doi.org/2656-6648>
- Wulandari, R. (2023). Pengaruh Modal Usaha , Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap pendapatan UMKM di kecamatan ngunut. *Journal of Creative Student Reserch*, 1(4), 408–420. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolutama.v1i4.2325>
- Yasir, J. R., & Ilham, K. P. (2022). Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. *Jurnal Iekonomi Dan Bisnis Islam*, 04(01), 23–36. <https://doi.org/DOI : 10.24256>
- Yasti, H. (2022). Analisis daya saing pariwisata kabupaten lombok tengah. *Journal Of Responsible Tourism*, 1(3), 445–452. <https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jrt.v2i1.1913>