



Peran Keunggulan Kompetitif Inovasi Produk dan Jaringan Bisnis Pada Kinerja Ekonomi Desa Bobojong Manggu (Penelitian Pada UMKM Sugar Souvenir)

Resya Dwi Marselina¹, Ahmad Hardiansyah², Ena Srilusyana³, Rizky Syaifullah⁴, Shapdani Anggara Priyadi⁵, Tika Kartika Rahman⁶

¹⁻⁶ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital

Email : resyadwi@digitechuniversity.ac.id¹, ahmad10120045@digitechuniversity.ac.id², ena10120022@digitechuniversity.ac.id³, rizky10120041@digitechuniversity.ac.id⁴, shapdani10120016@digitechuniversity.ac.id⁵, tika10120030@digitechuniversity.ac.id⁶

Abstract. *The aim of this research is to determine the role of competitive advantage, product innovation, and the UMKM Sugar Souvenir business network on the economic performance of the Bobojong Manggu village. The data collection techniques used were direct observation and interviews. The research method used is descriptive qualitative, namely by collecting, processing, presenting and describing data obtained directly from observations of the research site and the results of interviews so as to obtain actual information and make it easier for readers to understand the contents of this research. The results of the research that has been carried out can be concluded that UMKM Sugar Souvenir have a quite large role in the economy of the Bobojong Manggu village. By seeing the potential of the local community who has the basics and abilities in the field of sewing, UMKM Sugar Souvenir recruited them with the aim of minimizing unemployment. This UMKM product innovation was also able to make the village cleaner because the existing plastic waste was used and recycled to make a product.*

Keywords: *Product Innovation, Business Network, Economic Performance*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui peran keunggulan kompetitif, inovasi produk, dan jaringan bisnis UMKM Sugar Souvenir pada kinerja ekonomi desa Bobojong Manggu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung dan wawancara. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif yaitu dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan mendeskripsikan data yang diperoleh langsung dari observasi tempat penelitian dan hasil wawancara sehingga memperoleh informasi yang aktual dan memudahkan pembaca untuk memahami isi dari penelitian ini. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa UMKM Sugar Souvenir mempunyai peran yang cukup besar pada ekonomi desa Bobojong Manggu. Dengan melihat potensi masyarakat sekitar yang memiliki dasar dan kemampuan dibidang jahit, UMKM Sugar Souvenir merekrutnya dengan tujuan meminimalisir pengangguran, inovasi produk UMKM ini pun mampu membuat desa tersebut menjadi lebih bersih dikarenakan sampah plastik yang ada dimanfaatkan dan di daur ulang untuk dijadikan sebuah produk.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Jaringan Bisnis, Kinerja Ekonomi

LATAR BELAKANG

Dalam memenangkan persaingan bisnis, salah satu hal yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif dari sebuah Perusahaan/UMKM adalah keputusan pembelian para konsumennya. Tidak mudah untuk memahami proses keputusan pembelian para konsumen. Dalam memilih sebuah produk, konsumen tentu mempertimbangkan unsur-unsur yang terdapat pada sebuah produk, seperti desain, warna, ukuran, kemasan, dan lainnya, serta atribut yang tidak berwujud yaitu harga, layanan, dan kualitas (Ernawati, 2019). Banyak UMKM yang memasarkan produk dipasaran dengan harga yang relatif terjangkau masyarakat, namun banyak produk yang sejenis atau monoton sehingga membuat konsumen merasa bosan dan membuat penjual kesulitan mendapatkan keuntungan yang optimal.

Sebuah usaha tentunya memiliki jaringan bisnisnya masing masing, besar kecilnya keuntungan sebuah bisnis tidak luput dari beberapa faktor. Faktor yang tidak kalah pentingnya dari faktor yang lain ialah jaringan bisnis usaha tersebut. Jaringan bisnis adalah alat yang ampuh bagi individu dan bisnis untuk berkomunikasi dan berkolaborasi, dengan beberapa manfaat bagi semua pihak (indeed, 2023).

Sugar souvenir merupakan UMKM yang membuat inovasi produk dari bahan dasar sampah plastik yang mempunyai gudang serta tempat produksi di Desa Bobojong Manggu Pameungpeuk. Dengan membuat produk souvenir yang berbahan dasar sampah plastik, Sugar Souvenir dapat menghasilkan produk ramah lingkungan yang membuat masyarakat tertarik pada produk UMKM tersebut. UMKM ini memanfaatkan peluang yang melahirkan inovasi produk di bidang souvenir. Dengan melihat potensi yang ada di Desa Bobojong Manggu, UMKM ini pun bertujuan untuk meningkatkan kinerja ekonomi di desa tersebut. Dengan merekrut warga desa yang sebagian besar memiliki teknik menjahit sederhana untuk bergabung menjadi bagian dari UMKM.

KAJIAN TEORITIS

- Jaringan Bisnis

Dikutip dari (SCRIBD, 2020) jaringan adalah kumpulan pribadi-pribadi unik dan masing-masing memiliki kekurangan dan kelebihan. Pembentukan jaringan adalah seni pembuatan dan pemanfaatan hubungan. Tujuan dari pembentukan jaringan adalah menciptakan kumpulan orang dan informasi yang dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa secara langsung. Jaringan usaha adalah proses membangun hubungan saling menguntungkan dengan pengusaha lain dan pelanggan. Kunci utama keberhasilan dalam membangun jaringan adalah mengetahui persis jaringan seperti apa yang hendak kita bangun (Fajarwat & dkk, 2016).

- Keunggulan Kompetitif

Menurut (Rijal & dkk, 2023), keunggulan kompetitif muncul dari penciptaan nilai superior bagi pelanggan dengan menawarkan produk atau jasa dengan biaya yang lebih rendah atau dengan memberikan penawaran yang berbeda. Keunggulan kompetitif dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk kepemimpinan biaya, diferensiasi, inovasi teknologi, reputasi merek, dan hubungan dengan pelanggan.

Menurut informasi yang dikutip dari (Azra, 2023), dalam Porter (1975) menjelaskan bahwa terdapat dua tipe dasar keunggulan kompetitif yang dapat dikombinasikan dengan lingkungan kegiatan untuk meraihnya, yaitu, kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus. Untuk lebih jelasnya berikut tabel jenis keunggulan kompetitif menurut porter.

Tabel 1 Keunggulan Kompetitif Generik

	Biaya Lebih Rendah	Diferensiasi
Target Luas	1. Kepemimpinan Biaya	2. Diferensiasi
Target Sempit	3A. Fokus Biaya	3B. Fokus Diferensiasi

Sumber : (Azra, 2023) dalam Porter (1975)

- Inovasi Produk

Menurut Li & dkk (2010) dalam (Aditi, 2019) inovasi produk merupakan kemampuan perusahaan untuk memperkenalkan produk baru ke pasar yang sudah ada. Tujuan utama inovasi produk adalah untuk memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Akibatnya, ada lebih banyak peluang bagi perusahaan untuk memasuki pasar baru (Mahendra, 2021). Jadi inovasi produk merupakan cara baru untuk memecahkan masalah yang dihadapi banyak konsumen. Bisa jadi karena tidak ada produk yang bisa mengatasi masalah ini, atau ada produk lain yang sudah ada di pasaran, tetapi mereka menawarkan rute yang berbeda (Fauziah, 2021).

Menurut (Ramdani, 2023) tujuan dari inovasi produk diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan dan kebutuhan konsumen.
2. Meningkatkan kualitas, dimana dengan adanya inovasi terbaru diharapkan produk yang ditawarkan memiliki keunggulan serta manfaat yang lebih bernilai.
3. Menciptakan pasar baru, dengan adanya produk yang bernilai lebih sebagai hasil dari adanya inovasi, maka diharapkan dapat membuka pasar baru dimasyarakat.

METODE PENELITIAN

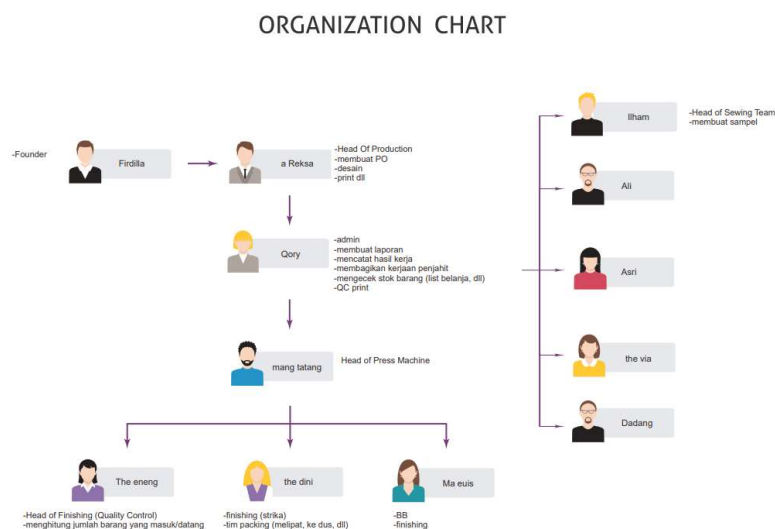
Ruang lingkup yang menjadi fokus penelitian kami adalah jaringan bisnis yang membahas mengenai keunggulan kompetitif inovasi produk, dan jaringan bisnis pada UMKM Sugar Souvenir, penelitian berada dilokasi Jalan Bobojong No.1 Pamempeuk Banjaran. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha guna mendapatkan data dan informasi Untuk mengetahui peran keunggulan kompetitif pada inovasi produk dan jaringan bisnis Sugar Souvenir. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data secara langsung yang berupa kalimat tertulis atau lisan, peristiwa, informasi, perilaku dan bentuk kalimat lainnya yang bisa menjadi data objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sugar Souvenir adalah merek UMKM yang bergerak dalam pembuatan souvenir berkualitas tinggi untuk berbagai acara, termasuk souvenir pernikahan, souvenir perusahaan, dan souvenir ulang tahun. Dengan gabungan keahlian kreatif dan dedikasi terhadap kualitas, sugar souvenir memastikan setiap produk yang mereka buat mencerminkan keindahan dan keunikan. Inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM Sugar Souvenir ini ialah mendaur ulang sampah plastik sebagai bahan dasar pembuatan produk souvenirnya. Sebuah bisnis harus memiliki operasional bisnis yang tertata dengan baik untuk tercapainya target sasaran yang tepat, salah satunya yaitu membentuk jaringan bisnis. Maka dari itu UMKM Sugar Souvenir membangun jaringan bisnis untuk mendapatkan dukungan dan mampu meminimalisir masalah yang akan menghambat pada operasional bisnisnya.

Pada UMKM Sugar Souvenir memiliki jaringan bisnis yang bekerjasama dengan agensi. Dari agensi UMKM Sugar Souvenir tersebut terdiri dari 3 orang yaitu ada tim ketua produksi, produksi konten yang dimana disana ada videographer dan bagian grafis. Adapun jaringan Bisnis pada UMKM Sugar Souvenir meliputi pemasaran, *supplier* dan *dropship*. Untuk sistem dropship pada UMKM Sugar Souvenir ini, mereka yang bergabung menjadi pihak *dropshipper* memiliki persentase 5% atau biasanya mendapatkan diskon 5% dari produk yang mereka pesan. UMKM Sugar Souvenir juga memiliki jaringan bisnis, Dropship atau pengiriman yang memakai jasa ekspedisi diantaranya, JNT, JNT Cargo, JNE dan PIXEL (Firdila, 2023).

- Struktur Organisasi UMKM Sugar Souvenir



Gambar 1 Struktur Organisasi Sugar Souvenir

Sumber : Dokumen Sougar Souvenir

- **Produk Produk (UMKM)**

UMKM Sugar Souvenir ini memiliki cukup banyak produk yang dibuat, salah satunya adalah tas belanja yang ramah lingkungan, terbuat dari bahan plastik daur ulang berkualitas tinggi. Dengan desain yang unik, tas yang kuat, tahan lama, dan mudah dibersihkan juga memiliki *foldable* yang dapat digantungkan dimanapun. Merupakan solusi praktis untuk belanja sehari-hari sambil turut berkontribusi dalam upaya menjaga lingkungan. Setidaknya ada 50 jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM Sugar Souvenir, namun diantara produk yang menjadi unggulannya yaitu, Nusa Combine Pouch, Savy Totebag, Gaia Totebag, Bhumi Foloable Totebag, Buana Foloable Grocery.

- **Jaringan Bisnis UMKM Sugar Souvenir**

Jaringan bisnis pada UMKM Sugar Souvenir pada bagian pemasaran terdapat 2 segmen, yaitu B2B (Business to Business) dan B2C (Business to Customer).

1. B2B (Business to Business)

UMKM Sugar Souvenir ini melakukan pemasaran secara B2B (Business to Business) yang merupakan proses penjualan yang dilakukan oleh UMKM Sugar Souvenir ini ke Perusahaan lain, contohnya bank mandiri, honda, astra, bank megaa, dan masih banyak lainnya, selain itu juga bekerja sama dengan para Event Organizer wedding.

2. B2C (Business to Customer)

Pada UMKM Sugar Souvenir ini selain melakukan segmen B2B atau Business to Business, juga melakukan pemasaran secara B2C (Business to Customer). B2C ini merupakan proses penjualan yang dilakukan langsung antara UMKM Sugar Souvenir kepada konsumen. UMKM Sugar Souvenir pada B2C biasanya menerima orderan seperti souvenir ulang tahun, souvenir pernikahan dan lain sebagainya. Selain itu UMKM Sugar Souvenir juga memasarkan produknya lewat Instagram dan juga Shopee.

Pada UMKM Sugar Souvenir juga memiliki jaringan bisnis yang bekerjasama dengan agensi. Dari agensi UMKM Sugar Souvenir tersebut terdiri dari 5 orang yaitu ada tim ketua produksi, produksi konten yang dimana disana ada videographer dan bagian grafis.

Adapun jaringan Bisnis pada UMKM Sugar Souvenir meliputi pemasaran, *supplier* dan *dropship*.

a) *Supplier*

Dari hasil penelitian kami dengan metode wawancara, UMKM Sugar Souvenir memiliki 2 bagian supplier, pertama *supplier* plastik sampah dan kain.

1. *Supplier* Plastik Sampah

UMKM Sugar Souvenir memiliki supplier plastik sampah dari beberapa pihak, yaitu dari bank sampah, dari beberapa universitas yang dimana UMKM Sugar Souvenir menyimpan kotak sampah khusus plastik, diantaranya di Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Parahiyangan (UNPAR) dan UMKM Sugar Souvenir juga menyimpan tempat sampah khusus plastik di Pasar Kreatif Bandung yang berada di Jalan Pahlawan No.70, Neglasari, Kecamatan. Cibeunying Kaler, Kota.Bandung, Jawa Barat 40124.

2. *Supplier* Kain

UMKM Sugar Souvenir memiliki 1 *supplier* kain untuk dijadikan salah satu bahan produksi souvenir. Dari hasil wawancara kami terhadap *owner* Sugar Souvenir, mengapa hanya memiliki 1 *supplier* kain dikarenakan kain yang dijadikan untuk produksi oleh Sugar Souvenir membutuhkan kain berbahan blacu dan untuk bahan blacu sendiri masih langka yang menjual dan jikapun ada *supplier* lain, kualitas yang didapatkan tidak maksimal.

b) *Dropship*

UMKM Sugar Souvenir juga membangun jaringan bisnis pada sistem *dropshipper*. Dimana UMKM Sugar Souvenir menerima pesanan *white label* atau tanpa label dari Sugar Souvenir. Untuk sistem dropship pada UMKM Sugar Souvenir ini, mereka yang bergabung menjadi pihak *dropshipper* memiliki persentase 5% atau biasanya mendapatkan diskon 5% dari produk yang mereka pesan.

- **Analisis SWOT UMKM Sugar Souvenir**

Adapun analisis SWOT pada UMKM Sugar Souvenir adalah sebagai berikut:

1. *Strenght*, Tidak ada minimum order, memiliki bentuk/ produk yang unik serta menjaga lingkungan.
2. *Weakness*, UMKM Sugar Souvenir ini hanya memiliki 1 supplier kain blacu, tidak ada karakter desain karena desain berdasarkan keinginan para konsumen
3. *Opportunity*, Tingginya ketersediaan sampah plastik karena sudah bekerja sama dengan beberapa pihak bank sampah, dan tingginya permintaan *digital printing*.

4. *Threat*, adanya competitor yang dapat meniru desain maupun produk Sugar Souvenir

- Laporan Penjualan UMKM Sugar Souvenir

Tabel 2 Data Penjualan 5 Tahun Terakhir

Sales Revenue Sugar Souvenir 2018 -2022	
Tahun	Jumlah
2018	Rp 91.511.101
2019	Rp 932.556.793
2020	Rp 997.835.769
2021	Rp 1.097.619.345
2022	Rp 1.240.309.860

Sumber: Dokumen UMKM Sugar Souvenir

Keterangan:

Dari data diatas terdapat penjualan 5 tahun terakhir yang dimulai dari tahun 2018 hingga 2023, dapat dilihat dan disimpulkan jumlah penjualan UMKM Sugar Souvenir terus meningkat dari tahun ke tahun.

- Inovasi Produk

Inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM Sugar Souvenir ini ialah mendaur ulang sampah plastik sebagai bahan dasar pembuatan produk souvenirnya. Contoh nya ialah sebagai berikut:



Gambar 2 Contoh Inovasi Produk UMKM Sugar Souvenir

Sumber: Dokumen UMKM Sugar Souvenir

Keterangan:

Dapat dilihat dari gambar diatas produk yang bernama Buana Foloable Grocery merupakan salah satu contoh produk yang dibuat dari bahan dasar sampah plastik yang didaur ulang.

SIMPULAN

Dengan data yang ada dan pembahasan yang telah dijelaskan secara komprehensif, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Jaringan bisnis UMKM Sugar Souvenir meliputi tiga hal diantaranya :
 - a. *Supplier*, untuk bahan baku atau bahan dasar plastik sampah dan kain. Dengan menepatkan kotak sampah khusus plastik di beberapa tempat dan/atau membelinya dari bank sampah.
 - b. *Dropship*, jaringan ini dibangun untuk memperluas pasar UMKM Sugar Souvenir. Mereka yang bergabung menjadi pihak *dropshipper* mendapatkan potongan harga sebesar 5% dari produk yang mereka pesan.
 - c. Distribusi, pihak yang bekerja sama sebagai distributor dengan UMKM Sugar Souvenir diantaranya JNT, JNT Cargo, JNE dan PIXEL.
2. Dari aspek produk sekiranya ada 50 jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM Sugar Souvenir, namun diantara produk yang menjadi unggulannya yaitu :
 - a. Nusa Combine Pouch
 - b. Savy Totebag
 - c. Gaia Totebag
 - d. Bhumi Foloable Totebag
 - e. Buana Foloable Grocery
3. Alur bisnis pada UMKM Sugar Souvenir dimulai dari memproduksi barang serta hal-hal lainnya sebagai pendukung yaitu video grafis dan melakukan kerja sama dengan agensi dan order melalui whatsapp dan shopee.
4. Target pasar UMKM Sugar Souvenir ialah agensi dan EO (*Event Organizer*) dengan sistem pemasaran melalui whatsapp dan aplikasi shopee sebagai *e-commerce* UMKM ini.

SARAN

Dari hasil penelitian tersebut, penulis menyarankan beberapa hal untuk bisa terus meningkatkan jaringan bisnis pada UMKM Sugar Souvenir diantaranya yaitu:

1. Dari aspek pemasok/*supplier*, penulis menyarankan untuk bisa bekerja sama dengan lebih banyak pemasok dengan cara menaruh lebih banyak kotak sampah pada daerah – daerah kampus maupun instansi lainnya.
2. Dari aspek pemasaran, penulis menyarankan untuk menambahkan mitra kerja agar produk yang dihasilkan dapat tersebar luas.

REFERENSI

- Azra, F. E. (2023, Maret 18). 4 Definisi dan Contoh Keunggulan Kompetitif. Retrieved from IDNtrepreneur: <https://idntrepreneur.com/definisi-dan-contoh-keunggulan-kompetitif>
- Ernawati, D. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HIJACK SANDALS BANDUNG. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 18.
- Fajarwat, & dkk. (2016). .KEWIRAUSAHAAN Untuk Program Strata. Yogyakarta: LP3M UMY.
- Fauziah, R. N. (2021). Inovasi Produk: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Contoh, dan Cara Melakukannya. Retrieved from gamedia blog: <https://www.gamedia.com/best-seller/inovasi-produk/>
- indeed. (2023, 09 15). Retrieved from <https://in.indeed.com/career-advice/career-development/business-networking>
- Mahendra, P. T. (2021). mprove Customer Satisfaction through Product Innovation in Social Media. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 3719-3729.
- Ramdani, A. (2023). PENGARUH INOVASI PRODUK, VARIASI PRODUK, DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA UMKM.
- Rijal, S., & dkk. (2023). Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap Kinerja Ekonomi Daerah. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 173.
- SCRIBD. (2020, 06 19). Retrieved from <https://www.scribd.com/document/466192510/makalah-jaringan-bisnis-docx>