

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, persaingan bisnis semakin ketat dan dinamis, mendorong perusahaan untuk terus berinovasi guna mempertahankan daya saingnya. Strategi inovasi menjadi salah satu elemen kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.¹

Inovasi merupakan elemen penting dalam pengembangan dan kelangsungan hidup suatu organisasi. Secara umum, inovasi didefinisikan sebagai suatu rangkaian proses yang dimulai dari penciptaan ide-ide baru yang kemudian diterapkan dalam bentuk produk atau layanan baru, metode kerja yang diperbarui, serta sistem administrasi yang inovatif, yang semuanya bertujuan untuk memberikan nilai tambah dalam meningkatkan kinerja organisasi.²

UMKM adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undangundang Nomor 20 Tahun 2008, yaitu Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi

¹ Loso Judijanto, Poetri Al-viany Maqfirah, and Fransiska Natalia Ralahallo, "Tinjauan Literatur Mengenai Strategi Inovasi Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif" 3, no. 04 (2024): 474–85.

² Safinatun Najah et al., "Strategi Inovasi Untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi Di Era Digital" 3 (2025).

produktif yang

berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan bukan cabang perusahaan tertentu.³

Tenun ikat adalah salah satu teknik dalam proses menenun yang dilakukan dengan cara mengikat bagian-bagian tertentu dari benang sesuai dengan pola atau motif yang telah dirancang. Ikatannya berfungsi untuk mencegah bagian benang tertentu menyerap warna saat proses pencelupan. Sebaliknya, bagian benang yang tidak diikat akan menyerap warna sesuai dengan pewarna yang digunakan, kemudian benang tersebut ditenun seperti pada proses penenunan pada umumnya.⁴

Tenun ikat Kediri yang dikenal dengan sebutan tenun ikat Bandar Kidul memiliki perjalanan sejarah yang cukup panjang dalam perkembangan tenun ikat di Indonesia. Sejak sekitar tahun 1950, masyarakat etnis Tionghoa telah memperkenalkan kain tenun kepada masyarakat melalui aktivitas perdagangan. Pada masa tersebut, sebagian penduduk Bandar Kidul masih bekerja sebagai buruh. Selanjutnya, pada tahun 1966, sebuah komunitas di salah satu desa di Kecamatan Mojoroto, Kediri, mulai mengembangkan dan memproduksi kain tenun secara mandiri, khususnya untuk kebutuhan pembuatan sarung.

Dalam perjalanannya, perkembangan tenun ikat Kediri mengalami

³ Strategi Pemasaran et al., "KASUS PADA UMKM TENUN IKAT INA SABU KUPANG) Marketing Strategy Of Woven Fabric (Case Study On UMKM Ikat," 2012, 887–905.

⁴ Irfa'ina Rohana Salma, dkk. Diversifikasi Produk Tenun Ikat Nusa Tenggara Timur Dengan Paduan Teknik Tenun Dan Teknik Batik, *Majalah Ilmiah: Dinamika Kerajinan Dan Batik*, Vol. 35, No. 2, Tahun 2018, 86.

berbagai dinamika, termasuk masa kejayaan dan kemunduran. Pada periode 1984 hingga 1985, industri penenunan di Kediri sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan. Kondisi tersebut terjadi akibat menurunnya permintaan kain tenun karena maraknya produk tekstil hasil produksi mesin. Namun, ketika pemerintah mulai memberikan pembinaan kepada para pelaku usaha kecil, termasuk pengrajin tenun ikat, keadaan ini perlahan menunjukkan perubahan. Berbagai bentuk pendampingan dan konsultasi dilakukan untuk meningkatkan kualitas serta mutu kain tenun yang dihasilkan. Sejak saat itu, tenun ikat Bandar Kidul Kediri terus dikembangkan agar mampu bersaing di tengah arus modernisasi industri.⁵

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti pada tanggal 20 Oktober 2025 diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Perbedaan antara Tenun Ikat Medali Mas Kediri dengan Tenun Ikat Kodok Ngorek I dan Tenun Ikat Kurniawan

Perbedaan	Tenun Ikat Medali Mas	Tenun Ikat Kodok Ngorek I	Tenun Ikat Kurniawan
Tahun Berdiri	1989	1985	1995
Lokasi	Jl. KH. Agus Salim Gg. VIII, No. 54 C Kota Kediri	Gg. 07 No. 51B, Bandar Kidul, Kec. Mojoroto, Kota Kediri	Jl. KH Agus Salim VIII 143, Kediri
Nama Pemilik	Munawar	Solhan	H. Musta'in
Ciri Khas Motif	- Motif Ceplok - Tirtotirjo - Loong - Salur	- Motif Mawar - Tirto - Wajik - Gajahmada	- Kawung - Melati - Gajah Mada

⁵ Abi Abdul Jabbar, "Tenun Ikat Kediri, Mempertahankan Sejarah Ditengah Modernisasi", Madanai News (Online), <https://www.madaninews.id/8414/tenun-ikat-kediri-mempertahankan-sejarah-ditengah-modernisasi.html> (4 oktober 2019), Diakses pada 25 Mei 2020 pukul 08.15 WIB.

	- Gunungan - Kuncup		
Jenis Kain	- Katun - Rayon - Sutra - Semi Sutra	- Katun - Rayon - Sutra	- Katun - Semi Sutra
Jumlah Karyawan	90 karyawan	20 karyawan	20 karyawan
Jumlah Mesin Tenun	40 mesin	15 mesin	20 mesin
Dipasarkan Melalui	- Outlet - Instagram - TikTok - Shopee - WhatsApp	- Outlet - Facebook - Instagram	- Outlet - Instagram - Shopee - Tokopedia
Rentang Harga	Rp 225.000 – Rp 750.000	Rp 250.000 – Rp 600.000	Rp 230.000 – Rp 600.000
Jam Operasional	07.00 - 16.00	07.00 - 16.00	07.00 – 16.00

Sumber: Data Hasil Observasi⁶

Di wilayah Bandar Kidul terdapat berbagai UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tenun. Namun, Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas menempati posisi sebagai usaha dengan skala terbesar dan kapasitas produksi paling tinggi dibandingkan pelaku usaha tenun lainnya. Hal ini didukung oleh kepemilikan mesin serta peralatan produksi yang lebih lengkap, sehingga proses produksi dapat berjalan secara efisien dan mampu memenuhi permintaan pasar dalam jumlah yang lebih besar. Kondisi tersebut menjadikan Tenun Ikat Medali Mas sebagai objek penelitian yang relevan, karena penerapan strategi inovasi dan pengembangan bisnis pada skala usaha yang lebih besar dapat diamati secara lebih jelas, khususnya dari aspek manajemen operasional, pemasaran, serta inovasi produk.

Selain itu, sebagai salah satu sentra industri tenun terbesar di Bandar

⁶ Data Hasil Observasi 20 Oktober 2025

Kidul, keberhasilan Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas dalam menerapkan strategi inovasi diharapkan tidak hanya meningkatkan daya saing usaha tersebut, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri tenun lokal secara keseluruhan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh UMKM kerajinan tenun baik pada skala kecil, menengah, maupun besar.⁷

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.⁸

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 5 Desember 2025, diperoleh keterangan dari responden terkait penerapan strategi inovasi yang dijalankan oleh UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri dalam rangka meningkatkan daya saing usaha. Informasi yang diperoleh mencakup beberapa aspek inovasi. Adapun temuan penelitian tersebut diuraikan sebagai berikut:

⁷ Data Hasil Observasi 20 Oktober 2025

⁸ Tintin Suhaeni, "Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung)" 4, no. 1 (2018): 57–74.

Tabel 1.2

**Strategi Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing
UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri
Tahun 2021-2025**

Aspek Inovasi	Strategi Inovasi	Bentuk Penerapan	Dampak Terhadap Daya Saing
Desain dan Kemasan yang Menarik	Inovasi desain dan kemasan produk	Membuat kemasan yang lebih modern, menarik, dan mengikuti tren pasar	Produk lebih menarik perhatian konsumen, meningkatkan nilai jual, dan memperkuat citra produk
Kustom Produk	Penyesuaian produk sesuai permintaan konsumen	Melayani pesanan motif, warna, dan model sesuai keinginan pelanggan	Konsumen merasa lebih puas sehingga meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan
Meningkatkan Kualitas	Menjaga dan meningkatkan mutu produk	Memilih bahan yang baik serta menjaga kerapian dan kualitas hasil tenun	Produk memiliki kualitas yang lebih baik sehingga mampu bersaing dengan produk lain di pasaran
Pelayanan Pelanggan yang Prima	Peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen	Memberikan pelayanan yang ramah, responsif, serta memberikan informasi produk secara jelas kepada pelanggan	Meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun kepercayaan, dan mendorong pembelian ulang
Kemudahan dalam Proses Pembelian	Penyediaan berbagai saluran pembelian	Melayani pembelian secara langsung di galeri maupun secara online melalui media sosial	Memudahkan pelanggan dalam bertransaksi sehingga meningkatkan penjualan
Pengelolaan Sumber Daya yang Efektif	Optimalisasi penggunaan sumber daya	Pembagian tugas kerja yang jelas,	Produktivitas meningkat dan biaya operasional dapat

	manusia dan bahan baku	pemanfaatan bahan baku secara efisien, dan pengelolaan persediaan yang baik	ditekan
Pengelolaan Waktu yang Baik	Perencanaan dan pengaturan jadwal produksi	Menyusun target produksi, mengatur jadwal kerja, dan memprioritaskan pesanan sesuai tenggat waktu	Pesanan dapat diselesaikan tepat waktu sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan
Pengendalian Biaya yang Ketat	Efisiensi biaya produksi dan operasional	Mengontrol penggunaan bahan baku, mengurangi pemborosan, serta melakukan perencanaan pengeluaran usaha	Biaya produksi lebih terkendali, keuntungan meningkat, dan harga produk tetap kompetitif di pasar

Sumber: Data Hasil Observasi⁹

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan daya saing usaha pada tahun 2021–2025. Strategi yang diterapkan meliputi pengembangan desain dan variasi produk, desain dan kemasan yang menarik, kustom produk, peningkatan kualitas produk, pelayanan pelanggan yang prima, kemudahan dalam proses pembelian, pengelolaan sumber daya yang efektif, pengelolaan waktu yang baik, serta pengendalian biaya yang ketat.¹⁰

Penerapan strategi tersebut dilakukan dengan menambah motif, warna, ukuran, dan variasi produk yang mengikuti kebutuhan pasar, membuat

⁹ Data Hasil Observasi 5 Desember 2025

¹⁰ Dr. Hj. Nuraida Wahyu Sulistyani, M.Psi., Psikolog dan Dr. Muhammad Heru Akhmadi, S.E., M.T. “*Membangun UMKM Berdaya Saing Inovasi, Kreativitas, dan Teknologi*”. (Medan: PT. Media Penerbit Indonesia, 2013), hal. 21-23

kemasan yang lebih modern dan menarik, serta melayani pesanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Selain itu, UMKM juga berupaya menjaga kualitas produk melalui pemilihan bahan baku yang baik dan pengawasan terhadap hasil produksi agar tetap berkualitas. Dalam aspek pelayanan, UMKM memberikan pelayanan yang ramah dan responsif kepada pelanggan serta menyediakan kemudahan pembelian baik secara langsung maupun melalui media online.

Untuk mendukung kelancaran operasional usaha, UMKM melakukan pengelolaan sumber daya secara efektif melalui pembagian tugas yang jelas dan pemanfaatan bahan baku secara efisien. Pengelolaan waktu juga dilakukan dengan menyusun jadwal dan target produksi agar pesanan dapat diselesaikan tepat waktu. Di sisi lain, pengendalian biaya dilakukan dengan mengurangi pemborosan dan mengelola pengeluaran usaha secara lebih terencana sehingga biaya produksi dapat ditekan.

Tabel 1.3
Data Nilai Omset Penjualan
UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri
Tahun 2021-2025

Tahun	Penjualan
2021	393.760.000
2022	465.000.000
2023	540.000.000
2024	618.750.000
2025	765.000.000

Sumber: Data Hasil Observasi¹¹

Peningkatan pendapatan yang terlihat pada tabel tersebut menunjukkan adanya perkembangan usaha yang cukup signifikan dari tahun ke tahun pada

¹¹ Data Hasil Observasi 5 Desember 2025

UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri. Kenaikan ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dipengaruhi oleh penerapan strategi inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam berbagai aspek. Inovasi pada proses produksi, seperti penambahan alat tenun dan peningkatan efisiensi kerja, memungkinkan proses produksi berjalan lebih cepat dan menghasilkan jumlah produk yang lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Hal ini berdampak langsung pada meningkatnya kapasitas produksi serta kemampuan memenuhi permintaan pasar.

Selain itu, inovasi juga dilakukan pada aspek pemasaran, di mana metode yang sebelumnya masih bersifat konvensional mulai beralih ke pemasaran digital melalui media sosial. Perubahan ini memberikan dampak yang cukup besar terhadap perluasan jangkauan pasar, sehingga produk tidak hanya dikenal di wilayah lokal, tetapi juga mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan semakin luasnya pasar dan meningkatnya minat konsumen, permintaan terhadap produk tenun ikat pun mengalami peningkatan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian yang berfokus pada peran strategi inovasi dalam meningkatkan daya saing, dengan mengambil studi pada kerajinan Tenun Ikat Medali Mas di Bandar Kidul, Kota Kediri.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah memahami strategi inovasi yang diterapkan oleh UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas di Bandar Kidul, Kota Kediri

dalam upaya meningkatkan daya saing di pasar industri kreatif.

1. Bagaimana peran strategi inovasi di UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri tahun 2023/2024?
2. Bagaimana peran strategi inovasi dalam meningkatkan daya saing di UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran strategi inovasi di UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri tahun 2023/2024?
2. Untuk menganalisa strategi inovasi dalam meningkatkan daya saing di UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri tahun 2023/2024

D. Manfaat Penelitian

- a. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan dalam bidang ekonomi dan manajemen bisnis, khususnya yang berkaitan dengan strategi inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM pada sektor industri kreatif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik sejenis, terutama mengenai penerapan inovasi produk, proses, dan pemasaran dalam memperkuat posisi daya saing, menjaga keberlangsungan usaha, serta mendukung pelestarian kerajinan tradisional Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri agar tetap mampu bersaing di tengah dinamika pasar modern.

b. Kegunaan Secara praktis

1. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif bagi pelaku UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri dalam merancang dan menerapkan strategi inovasi yang tepat, baik pada aspek produk, proses produksi, maupun pemasaran, sehingga mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mendorong pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan kajian bagi mahasiswa, peneliti, serta akademisi lainnya dalam melakukan penelitian sejenis, sekaligus memperkaya khazanah keilmuan di bidang ekonomi dan manajemen, khususnya terkait strategi inovasi dan peningkatan daya saing UMKM pada sektor industri kreatif berbasis kearifan lokal.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi dan motivasi bagi masyarakat untuk berperan aktif dalam pengembangan usaha kreatif berbasis potensi daerah, khususnya kerajinan tenun ikat, sehingga mampu mendukung pelestarian budaya lokal serta memperkuat perekonomian masyarakat secara berkelanjutan.

4. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti diharapkan dapat memperoleh

pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran strategi inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, serta mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi keberlangsungan dan penguatan posisi kompetitif usaha kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri di tengah persaingan industri kreatif yang semakin berkembang.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, diantaranya sebagai berikut:

1. Strategi Inovasi Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracodong Kota Bandung¹²

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis tentang strategi kewirausahaan yang inovatif dan kreatif untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracodong Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi inovasi kewirausahaan yang

¹² Bangkit Nuratri and Evi Sofiati, "Strategi Inovasi Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracodong Kota Bandung," *Jurnal Tadbir Peradaban* 4, no. 3 (2024): 457–64.

tepat secara signifikan mampu meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. Inovasi produk, kreativitas dalam pemasaran, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar lokal terbukti menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan kinerja UMKM. Kesimpulannya, inovasi yang berkelanjutan dan orientasi pasar yang kuat sangat penting bagi UMKM untuk mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan untuk fokus pada pengembangan inovasi dan kolaborasi untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama-sama membahas tentang strategi inovasi dalam meningkatkan daya saing. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu pada objek penelitian, dimana penelitian di atas objek penelitiannya di UMKM Kelurahan Kebon Kangkung, sedangkan penelitian yang saya lakukan objek penelitiannya di UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.

2. Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Daya Saing di Pasar Global¹³

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, kemampuan perusahaan untuk berinovasi menjadi faktor kunci dalam mempertahankan

¹³ Teuku Alexander Azwani Amzul et al., "Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Daya Saing Di Pasar Global," *Jurnal Tadbir Peradaban* 4, no. 3 (2024): 475–82.

daya saing di pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi manajemen inovasi yang efektif dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dengan para manajer dan eksekutif di berbagai industri yang berorientasi pada ekspor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi manajemen inovasi dipengaruhi oleh tiga elemen utama: budaya inovasi, kolaborasi internasional, dan adopsi teknologi mutakhir. Budaya inovasi, yang mencakup dukungan terhadap kreativitas dan eksperimen dalam organisasi, terbukti mendorong pengembangan produk dan layanan baru. Kolaborasi internasional dengan mitra global memungkinkan pertukaran pengetahuan dan akses ke pasar yang lebih luas. Sementara itu, adopsi teknologi mutakhir mempercepat proses inovasi dan efisiensi operasional. Pembahasan ini menyoroti pentingnya sinergi antara faktor-faktor tersebut untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini mencakup pengembangan kebijakan internal yang mendukung inovasi, serta peningkatan investasi pada teknologi baru untuk mempercepat transformasi bisnis. Dengan demikian, manajemen inovasi menjadi kunci bagi perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif dalam persaingan global yang terus berubah.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yakni menggunakan daya saing sebagai variable y (variable dependent).

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan

yakni pada variable x, penelitian di atas menggunakan strategi manajemen inovasi sebagai variable x (variable independet), sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan strategi inovasi sebagai variable x (variable independent).

3. Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM¹⁴

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM Wingko Dapur Fira Lamongan dalam meningkatkan daya saing usahanya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Strength, Weakness, Opportunity and Threat (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM Wingko Dapur Fira Lamongan melibatkan bauran pemasaran yang mencakup elemen produk, harga, tempat/distribusi dan promosi. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing adalah pemanfaatan media sosial dan digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar, fokus pada niche market untuk memperkuat posisi di pasar yang spesifik, kolaborasi kemitraan dengan pihak lain untuk meningkatkan kapasitas dan jaringan, inovasi produk berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, serta pelatihan untuk pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Kontribusi penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi

¹⁴ Abdul Majid and Erna Nur Faizah, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi* 40, no. 2 (2023): 52–63.

UMKM Wingko Dapur Fira Lamongan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif serta memberi rekomendasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yakni memiliki tujuan yang sama, tujuannya untuk meningkatkan daya saing. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yakni pada objek penelitian. Dimana penelitian di atas objeknya mencakup seluruh UMKM, sedangkan penelitian yang saya lakukan objeknya hanya berfokus pada UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.

4. Strategi Inovasi dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasi Mentok Bu Roni¹⁵

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM nasi mentok Bu Roni melalui inovasi pengembangan produk dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran. Metode pengabdian masyarakat yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, melibatkan observasi, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, dan analisis dokumen terkait. Hasil pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa inovasi dalam kemasan produk menjadi lebih modern dan kekinian serta desain logo yang menarik berhasil meningkatkan daya tarik dan minat konsumen. Selain itu, penggunaan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Google Maps terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan

¹⁵ Cindy Arista et al., "Strategi Inovasi Dan Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasi Mentok Bu Roni," *Nusantara Community Empowerment Review* 2, no. 2 (2024): 112–18.

konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM ini meliputi kualitas produk yang konsisten, inovasi dalam menu dan kemasan, serta strategi pemasaran yang tepat. Kontribusi pengabdian masyarakat ini terletak pada bukti empiris bahwa kombinasi antara inovasi produk dan pemasaran.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu sama sama membahas tentang strategi inovasi untuk meningkatkan daya saing. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yaitu pada objek penelitian dimana penelitian di atas objek penelitian di UMKM Nasi Mentok Bu Roni, sedangkan penelitian yang saya lakukan di UMKM Kerajinan Tenun Ikat Medali Mas Kota Kediri.

5. Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Branding dan Inovasi Digital¹⁶

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan global dan revolusi digital. Strategi branding dan inovasi digital dianggap sebagai solusi untuk meningkatkan daya saing UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Tim pengabdian terdiri dari dosen, mahasiswa, dan praktisi industri melaksanakan serangkaian kegiatan, termasuk pelatihan, dan konsultasi individu. Pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, melibatkan pemilik UMKM sebagai mitra utama. Metode yang digunakan adalah pelatihan dan pendampingan dengan beberapa tahapan yaitu persiapan,

¹⁶ Nia Alna Laurina et al., "Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Branding Dan Inovasi Digital," *Dedikasi Sains Dan Teknologi (DST)* 4, no. 1 (2024): 7–15.

pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi praktik *branding* dan inovasi digital. Hasil survei awal menunjukkan bahwa mayoritas UMKM belum memanfaatkan potensi penuh *branding* dan inovasi digital untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Materi edukasi disusun secara komprehensif, mencakup dasar-dasar branding, pemanfaatan media sosial, dan pengenalan teknologi *e-commerce*. Hasil Kegiatan Pengabdian: Melalui kegiatan ini, UMKM yang terlibat berhasil mengidentifikasi dan memperkuat identitas merek mereka. Adopsi inovasi digital, seperti pembuatan situs web dan integrasi *e-commerce*, meningkatkan jangkauan *online* dan tingkat penjualan. Tumbuhnya dukungan masyarakat, tercermin dari partisipasi dalam forum *sharing* dan peningkatan kesadaran terhadap produk lokal. Kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui branding dan inovasi digital. Identifikasi merek yang kuat dan integrasi teknologi digital membuka peluang baru bagi UMKM. Adanya dukungan masyarakat dan kolaborasi antar-pihak terkait, harapannya adalah UMKM dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yakni sama sama membahas tentang daya saing. Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang saya lakukan yakni pada variable x dan variable y, penelitian di atas menggunakan daya saing sebagai variable x (variable independent) dan menggunakan branding dan inovasi digital

sebagai variable y (variable dependent), sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan strategi inovasi sebagai variable x (variable independent), dan menggunakan daya saing sebagai variable y (variable dependent).