Journal of Economics and Business Perspectives

Volume 1, Issue 1, 2026
E-ISSN : 3163-5059

ellpub

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERAN PEREMPUAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING UMKM KULINER STUDI KASUS PADA ANNAFAD KITCHEN & DIMSUM DI CICALENGKA EKSPOR KE MALAYSIA

Julia Fatmawati[1]*, Wentri Merdiani[2]

1,2Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Wanita Internasional, Bandung, Indonesia

***Corresponding Author:** juliaafatmawati16@gmail.com, wentri@iwu.ac.id

Phone Number: [isi nomor telepon]

Citation: Fatmawati, J., & Merdiani, W. (2026). Pengaruh Inovasi Produk dan Peran Perempuan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Studi Kasus pada Annafad Kitchen & Dimsum di Cicalengka Ekspor ke Malaysia. Journal of Economics and Bussiness Perspectives, Volume 1 Issue 3, xx–xx. https://doi.org/0000-0000

Published: 06, May 2026

ABSTRACT

This research looks at how product innovation and the role of women affect the competitive advantage of Annafad Kitchen & Dimsum, a culinary MSME in Cicalengka that sells frozen dimsum products to the Malaysian export market. The study uses a quantitative approach with multiple linear regression to see how much these two factors influence the business's ability to compete. Data were collected from 95 respondents (active customers and distributor partners), chosen using purposive sampling and the Slovin formula from a population of around 1,800 regular buyers. Respondents filled out a Likert-scale questionnaire, and the data were processed using validity, reliability, and classical assumption tests, then analyzed with multiple linear regression, the t-test, and the F-test in SPSS.

The findings show that product innovation is already in the high/good category (79.80%), mainly because of the shift to frozen, ready-to-cook products, while the business's competitive advantage in the Malaysian market is fairly strong (73.25%). The regression equation is Y = 23.303 + 0.170X1 + 0.204X2. On their own, product innovation and the role of women don't yet have a statistically significant effect on export competitiveness. But together, both factors do have a significant effect (F = 377.996; sig. < 0.001), explaining 4.6% of the variation in competitive advantage, while the remaining 95.4% comes from other factors not covered in this study, such as supply chain issues, export regulations, exchange rates, and digital marketing. In short, becoming more competitive in export markets needs both good products and strong management working together, not just one or the other.

Keywords: *Product Innovation, Women Entrepreneurship, Competitive Advantage.*

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana inovasi produk dan peran perempuan memengaruhi keunggulan bersaing Annafad Kitchen & Dimsum, sebuah UMKM kuliner di Cicalengka yang menjual produk dimsum beku untuk pasar ekspor Malaysia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda untuk melihat seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap kemampuan usaha dalam bersaing. Data dikumpulkan dari 95 responden (konsumen aktif dan mitra agen) yang dipilih dengan teknik purposive sampling dan rumus Slovin dari populasi sekitar 1.800 konsumen tetap. Responden mengisi kuesioner berskala Likert, kemudian data diolah melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik, lalu dianalisis dengan regresi linear berganda, uji t, dan uji F menggunakan SPSS.

Hasilnya menunjukkan bahwa inovasi produk sudah berada pada kategori tinggi/baik (79,80%), terutama berkat pengembangan produk menjadi makanan beku siap masak, sedangkan keunggulan bersaing di pasar ekspor Malaysia tergolong cukup kuat (73,25%). Persamaan regresinya adalah Y = 23,303 + 0,170X1 + 0,204X2. Jika dilihat sendiri-sendiri, inovasi produk dan peran perempuan belum berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing di tingkat ekspor. Namun jika digabungkan, keduanya sama-sama berpengaruh signifikan (F = 377,996; sig. < 0,001) dan mampu menjelaskan 4,6% dari naik-turunnya keunggulan bersaing, sedangkan 95,4% sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti, seperti rantai pasok, regulasi ekspor, nilai tukar, dan pemasaran digital. Singkatnya, agar bisa lebih bersaing di pasar ekspor, usaha ini butuh produk yang bagus sekaligus pengelolaan yang kuat, bukan hanya mengandalkan salah satunya saja.

Kata kunci:

Inovasi Produk, Peran Perempuan, Keunggulan Bersaing.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang semakin pesat dan menjadi salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Seiring berkembangnya kebutuhan dan gaya hidup masyarakat, UMKM di sektor kuliner mengalami perkembangan yang cukup signifikan, didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan siap saji, perubahan pola konsumsi, serta minat konsumen terhadap produk yang praktis dan inovatif. Kondisi ini menyebabkan persaingan bisnis kuliner semakin kompetitif, sehingga pelaku usaha dituntut mampu menciptakan strategi yang tepat untuk bertahan dan bersaing dengan usaha sejenis.

Salah satu faktor yang dinilai mampu meningkatkan daya saing usaha adalah inovasi produk, yang tidak hanya berkaitan dengan penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pengembangan kualitas, variasi rasa, kemasan, dan penyajian. Selain inovasi produk, keterlibatan perempuan dalam kegiatan kewirausahaan juga mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan keluarga, penciptaan lapangan pekerjaan, serta perkembangan UMKM di berbagai sektor, termasuk kuliner. Perempuan dinilai memiliki kemampuan dalam membangun hubungan dengan konsumen, menciptakan kreativitas produk, mengelola operasional usaha, serta mengambil keputusan strategis yang berkaitan dengan pengembangan usaha.

Fenomena persaingan bisnis kuliner turut terjadi pada Annafad Kitchen & Dimsum, UMKM kuliner di Cicalengka yang bergerak dalam bidang makanan siap saji dengan produk utama dimsum. Hasil pra-survei terhadap 30 responden menunjukkan bahwa masih terdapat penilaian negatif terkait variasi menu, higienitas produk, tampilan, konsistensi kualitas, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk, sedangkan pada variabel peran perempuan, sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap keterlibatan perempuan dalam pengelolaan usaha, meskipun masih terdapat ruang untuk optimalisasi. Pada variabel keunggulan bersaing,

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

indikator ciri khas produk, konsistensi kualitas, minat pembelian ulang, dan kemampuan bersaing juga masih mendapatkan penilaian yang perlu ditingkatkan.

UMKM	2023	2024	2025
Annafad Kitchen & Dimsum	2.100	2.000	1.800
Meyseryuk.id	2.300	2.500	2.600
Mahadimsum Cicalengka	2.500	2.700	2.800

Tabel 1. Rata-rata Jumlah Pengunjung UMKM Dimsum di Cicalengka per Tahun 2023–2025

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Tabel 1 menunjukkan bahwa Annafad Kitchen & Dimsum mengalami penurunan jumlah pengunjung setiap tahunnya, dari 2.100 pengunjung pada tahun 2023 menjadi 1.800 pengunjung pada tahun 2025, berbeda dengan Meyseryuk.id dan Mahadimsum Cicalengka yang justru mengalami peningkatan pada periode yang sama. Kondisi ini turut diperkuat oleh data rata-rata penjualan tahunan Annafad Kitchen & Dimsum yang menurun dari Rp310.000.000 pada tahun 2023 menjadi Rp260.000.000 pada tahun 2025. Penurunan tersebut diduga disebabkan oleh keterbatasan aksesibilitas geografis (location disadvantage), di mana lokasi operasional kurang strategis dengan akses jalan yang sempit dan sulit dijangkau konsumen, sehingga menjadi salah satu faktor penting yang perlu diatasi melalui penguatan inovasi produk dan optimalisasi peran perempuan dalam pengelolaan usaha.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing karena mampu meningkatkan nilai tambah produk serta menciptakan diferensiasi usaha, dan bahwa keterlibatan perempuan dalam pengelolaan usaha dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan keberlangsungan usaha. Namun demikian, penelitian yang membahas pengaruh inovasi produk dan peran perempuan secara bersamaan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner berorientasi ekspor masih relatif terbatas, khususnya pada UMKM kuliner di wilayah Cicalengka. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokusnya yang lebih spesifik, yaitu menguji pengaruh inovasi produk dan peran perempuan secara bersamaan terhadap keunggulan bersaing konsumen di UMKM kuliner berbasis frozen food yang telah melakukan penetrasi pasar ekspor ke Malaysia, sebuah UMKM kuliner skala kecil dan menengah yang belum banyak diteliti sebelumnya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan kondisi inovasi produk, peran perempuan, dan keunggulan bersaing, sekaligus menganalisis dan membuktikan besaran pengaruh inovasi produk dan peran perempuan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner Annafad Kitchen & Dimsum di Cicalengka untuk pasar ekspor Malaysia, baik secara parsial maupun simultan.

Kajian Teori dan Pengembangan Hipotesis

Inovasi produk adalah proses penciptaan, modifikasi, pengembangan, dan pemberian nilai tambah fungsional maupun visual pada suatu produk agar relevan dengan perubahan kebutuhan, tren, dan preferensi pasar. Kurniawan & Silitonga (2024) menjelaskan bahwa inovasi produk dalam sektor kuliner mencakup pembaruan konsep sajian, peningkatan kualitas higienitas bahan baku, daya tahan simpan produk, hingga efisiensi model kemasan yang digunakan, yang diukur melalui dimensi variasi produk, mutu rasa, dan desain kemasan. Hassan et al. (2024) dan Agarwal (2023) turut menegaskan bahwa inovasi produk berperan penting dalam mendukung internasionalisasi UMKM di sektor pangan.

Peran perempuan (women entrepreneurship) merujuk pada kontribusi aktif, keterlibatan, dan kapabilitas kepemimpinan wanita dalam mengendalikan unit usaha. Ratten (2022) mengemukakan bahwa manajemen berbasis perempuan cenderung memiliki keunggulan inheren berupa tingkat ketelitian yang tinggi, pola komunikasi yang fleksibel, serta ketekunan dalam menjaga efisiensi operasional internal usaha, yang diukur melalui dimensi kapabilitas manajerial, kontrol kualitas, dan komunikasi bisnis. Shahin et al. (2021) serta

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

Rosdiana et al. (2023) menemukan bahwa penguatan peran perempuan berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi dan ketahanan UMKM.

Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu entitas bisnis untuk menciptakan posisi unik, superior, dan bernilai tambah tinggi yang membedakannya dari kompetitor, sehingga sulit ditiru oleh pesaing sejenis di pasar. Taufiq (2025) menegaskan bahwa keunggulan bersaing yang berkelanjutan wajib ditopang oleh optimalisasi tata kelola aset internal dan responsivitas terhadap peluang pasar, yang diukur melalui dimensi keunikan produk, harga kompetitif, dan pangsa pasar. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Inovasi Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada UMKM Kuliner Annafad Kitchen & Dimsum di Cicalengka untuk pasar ekspor Malaysia.

H2: Peran Perempuan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada UMKM Kuliner Annafad Kitchen & Dimsum di Cicalengka untuk pasar ekspor Malaysia.

H3: Inovasi Produk (X1) dan Peran Perempuan (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada UMKM Kuliner Annafad Kitchen & Dimsum di Cicalengka untuk pasar ekspor Malaysia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi inovasi produk, peran perempuan, dan keunggulan bersaing pada UMKM Kuliner Annafad Kitchen & Dimsum, sedangkan metode verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh antarvariabel melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan aplikasi SPSS. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah inovasi produk (X1) dan peran perempuan (X2), sedangkan variabel terikatnya adalah keunggulan bersaing (Y).

Subjek penelitian adalah konsumen aktif dan mitra agen distributor Annafad Kitchen & Dimsum. Populasi penelitian mencakup rata-rata jumlah konsumen aktif tahunan domestik yang tercatat melakukan pembelian ulang pada basis data operasional tahun 2025, yaitu sebanyak 1.800 orang. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 95 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan kriteria responden meliputi konsumen atau mitra agen yang telah melakukan transaksi pembelian minimal dua kali, memahami karakteristik rasa dan kualitas kemasan produk, berusia minimal 15 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert lima poin yang disebarkan secara digital melalui Google Form, dilengkapi dengan observasi lapangan, dokumentasi, dan studi pustaka.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Skala	Sumber
Inovasi Produk (X1)	Variasi produk, mutu rasa, desain kemasan	Ordinal	Kurniawan & Silitonga (2024)
Peran Perempuan (X2)	Kapabilitas manajerial, kontrol kualitas, komunikasi bisnis	Ordinal	Ratten (2022)
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunikan produk, harga kompetitif, pangsa pasar	Ordinal	Taufiq (2025)

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

Sebelum digunakan untuk mengumpulkan data utama, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji instrumen (trial test) kepada 30 responden di luar sampel, mencakup uji validitas dengan teknik korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas dengan teknik Cronbach's Alpha. Teknik analisis verifikatif mencakup tiga tahap: (1) uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) untuk memastikan model regresi memenuhi syarat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE); (2) analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh X1 dan X2 terhadap Y; dan (3) uji hipotesis melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan) pada taraf signifikansi 5%.

HASIL DAN DISKUSI

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 95 orang yang ditentukan melalui teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, seluruhnya merupakan konsumen aktif atau mitra agen distributor yang memahami karakteristik produk ekspor Annafad Kitchen & Dimsum. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang (60%), sedangkan laki-laki sebanyak 38 orang (40%), menunjukkan bahwa segmen pasar produk kuliner praktis siap saji seperti frozen food banyak diminati oleh konsumen perempuan. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif 20–30 tahun (71,6%), diikuti usia di atas 30 tahun (15,8%) dan di bawah 20 tahun (12,6%). Berdasarkan frekuensi pembelian dalam satu bulan terakhir, mayoritas responden (56,8%) melakukan pembelian sebanyak 2–3 kali, diikuti lebih dari 3 kali (20,0%) dan 1 kali (23,2%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel. Untuk jumlah sampel sebanyak 95 responden pada taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,202. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Variabel	Jumlah Item	Item Valid	Rentang r hitung	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	4	4	0,299 – 0,509	Seluruh Item Valid
Peran Perempuan (X2)	6	5	0,265 – 0,536	Seluruh Item Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	8	7	0,250 – 0,395	Seluruh Item Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 3, pada variabel Inovasi Produk (X1) seluruh 4 item pernyataan dinyatakan valid. Pada variabel Peran Perempuan (X2), dari 6 item yang diuji, 5 item dinyatakan valid, sedangkan item X2.2 dinyatakan tidak valid karena nilai r hitung (0,200) berada di bawah r tabel sehingga tidak digunakan lebih lanjut. Pada variabel Keunggulan Bersaing (Y), dari 8 item yang diuji, 7 item dinyatakan valid.

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Nilai	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,812	0,70	Reliabel
Peran Perempuan (X2)	0,798	0,70	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,835	0,70	Reliabel

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2026

Nilai Cronbach's Alpha untuk ketiga variabel berada di atas batas minimum 0,70, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi.

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

Analisis Deskriptif

Variabel	Capaian	Kategori
Inovasi Produk (X1)	79,80%	Tinggi/Baik
Peran Perempuan (X2)	–	Tinggi
Keunggulan Bersaing (Y)	73,25%	Cukup Kuat

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2026

Variabel Inovasi Produk berada pada kategori tinggi/baik dengan capaian 79,80%, ditunjukkan oleh keberhasilan transformasi sajian dimsum segar menjadi produk makanan beku (frozen food) siap masak (ready-to-cook), penggunaan kemasan hampa udara (vacuum & thermal packaging), serta konsistensi higienitas produk. Variabel Peran Perempuan menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi, dengan kepemimpinan perempuan yang mendominasi tata kelola operasional, ketelitian kontrol kualitas mutu, serta fleksibilitas pengelolaan modal usaha. Variabel Keunggulan Bersaing berada pada kategori cukup kuat dengan capaian 73,25%, tercermin dari cita rasa khas dimsum premium, daya tahan simpan produk di jalur distribusi internasional, serta tren pertumbuhan pembelian ulang (repeat order) oleh jaringan mitra agen dan konsumen di Malaysia.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai statistik uji sebesar 0,051 dengan signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200 (> 0,05), sehingga nilai residual dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 0,998 (> 0,10) dan nilai VIF sebesar 1,002 (< 10), sehingga tidak ditemukan gejala multikolinearitas antarvariabel bebas. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh asumsi klasik dan bersifat Best Linear Unbiased Estimator (BLUE).

Analisis Regresi Linear Berganda dan Koefisien Determinasi

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 23{,}303 + 0{,}170X1 + 0{,}204X2 + \varepsilon}$$

Nilai konstanta sebesar 23,303 menunjukkan tingkat Keunggulan Bersaing (Y) apabila Inovasi Produk (X1) dan Peran Perempuan (X2) bernilai nol. Koefisien regresi Inovasi Produk sebesar 0,170 dan koefisien regresi Peran Perempuan sebesar 0,204 menunjukkan arah hubungan yang positif terhadap Keunggulan Bersaing. Nilai koefisien determinasi (R2) diperoleh sebesar 0,046, yang berarti Inovasi Produk dan Peran Perempuan secara bersama-sama mampu menjelaskan 4,6% variasi Keunggulan Bersaing UMKM Annafad Kitchen & Dimsum di pasar ekspor Malaysia, sedangkan sisanya sebesar 95,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti kelancaran rantai pasok (supply chain management), regulasi bea cukai ekspor, fluktuasi nilai tukar mata uang, serta efektivitas jaringan pemasaran digital.

Uji Hipotesis

Variabel	t hitung / F hitung	t tabel / F tabel	Sig.	Keterangan
Inovasi Produk (X1) → Y	1,258	1,986	0,211	Tidak Signifikan
Peran Perempuan (X2) → Y	1,681	1,986	0,096	Tidak Signifikan
Simultan (X1, X2 → Y)	377,996	3,09	< 0,001	Signifikan

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F)

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS, 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung Inovasi Produk sebesar 1,258 < t tabel 1,986 dengan signifikansi 0,211 > 0,05, sehingga H0 diterima dan H1 ditolak: secara parsial Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Nilai t hitung Peran Perempuan sebesar 1,681 < t tabel 1,986 dengan signifikansi 0,096 > 0,05, sehingga H0 diterima dan H2 ditolak: secara parsial Peran Perempuan belum terbukti berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 377,996 > F tabel 3,09 dengan signifikansi < 0,001, sehingga H0 ditolak dan H3 diterima: Inovasi Produk dan Peran Perempuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Annafad Kitchen & Dimsum di pasar ekspor Malaysia.

Pembahasan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial, Inovasi Produk belum berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di tingkat ekspor, meskipun kondisi inovasi produk itu sendiri berada pada kategori tinggi/baik (79,80%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa inovasi produk yang tercermin melalui variasi menu, higienitas, dan desain kemasan, meskipun penting sebagai bentuk diferensiasi dasar di tingkat lokal, belum cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan daya saing ekspor tanpa didukung faktor operasional dan eksternal lain di pasar internasional, seperti konsistensi rantai pasok dan strategi penetrasi pasar. Temuan ini sejalan dengan pandangan Hassan et al. (2024) yang menekankan bahwa inovasi produk pada UMKM pangan perlu diiringi dengan pemenuhan standar kualitas internasional agar dampaknya terhadap daya saing ekspor dapat terwujud secara nyata.

Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa secara parsial, Peran Perempuan belum berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di tingkat ekspor, meskipun tingkat keterlibatan perempuan dalam pengelolaan usaha tergolong tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa kepemimpinan perempuan, sekalipun berperan multidimensional mulai dari proses produksi hingga pengambilan keputusan strategis, pemasaran digital, dan kontrol kualitas, belum cukup kuat untuk secara mandiri mendongkrak keunggulan bersaing di pasar ekspor tanpa dukungan faktor operasional dan eksternal lainnya. Temuan ini melengkapi hasil penelitian Ratten (2022) dan Rosdiana et al. (2023) yang menekankan pentingnya peran perempuan sebagai salah satu sumber daya strategis, namun perlu didukung faktor lain agar berdampak signifikan terhadap daya saing di pasar internasional.

Hasil uji F menunjukkan bahwa Inovasi Produk dan Peran Perempuan, jika digabungkan, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan kontribusi sebesar 4,6%. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan UMKM kuliner lokal seperti Annafad Kitchen & Dimsum dalam menembus pasar ekspor Malaysia tidak lahir dari satu faktor tunggal, melainkan memerlukan sinergi antara kemampuan menciptakan diferensiasi produk dan kapabilitas manajerial di bawah kepemimpinan perempuan. Kontribusi sebesar 95,4% dari faktor lain di luar model penelitian ini mengindikasikan bahwa keunggulan bersaing ekspor turut dipengaruhi oleh variabel lain seperti kelancaran rantai pasok (supply chain management), regulasi bea cukai ekspor, fluktuasi nilai tukar mata uang, serta efektivitas jaringan pemasaran digital, sehingga perlu dikaji lebih lanjut pada penelitian berikutnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan verifikatif mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Peran Perempuan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Annafad Kitchen & Dimsum di Cicalengka untuk pasar ekspor Malaysia, dapat disimpulkan bahwa kondisi Inovasi Produk berada pada kategori tinggi/baik dengan capaian 79,80%, kondisi Peran Perempuan berada pada tingkat keterlibatan yang tinggi, dan kondisi Keunggulan Bersaing berada pada kategori cukup kuat dengan capaian 73,25%. Model regresi telah memenuhi asumsi

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

normalitas serta bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Secara parsial, Inovasi Produk dan Peran Perempuan belum menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap Keunggulan Bersaing tingkat ekspor, yang mengindikasikan bahwa kedua faktor tersebut jika berdiri sendiri belum cukup kuat untuk secara langsung meningkatkan daya saing ekspor tanpa didukung faktor operasional dan eksternal lainnya. Namun secara simultan, Inovasi Produk dan Peran Perempuan terbukti bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing dengan kontribusi koefisien determinasi sebesar 4,6%, sedangkan 95,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti kelancaran rantai pasok, regulasi bea cukai ekspor, fluktuasi nilai tukar mata uang, serta efektivitas jaringan pemasaran digital.

Berdasarkan hasil penelitian ini, manajemen Annafad Kitchen & Dimsum disarankan untuk memperkuat standar operasional prosedur pengemasan frozen food dengan sertifikasi mutu internasional (seperti HACCP atau izin BPOM/Halal Malaysia), memperluas strategi pemasaran digital dan jaringan keagenan di kota-kota besar Malaysia, serta terus melakukan diversifikasi varian menu frozen food yang sesuai dengan preferensi pasar internasional. Pemerintah dan dinas terkait diharapkan dapat memberikan fasilitasi inkubasi bisnis ekspor, pendampingan sertifikasi kelayakan ekspor, serta pelatihan manajemen rantai pasok internasional bagi kelompok wirausaha perempuan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti manajemen rantai pasok, regulasi ekspor, dan nilai tukar mata uang, agar diperoleh model penelitian yang lebih komprehensif dalam menjelaskan keunggulan bersaing UMKM kuliner berorientasi ekspor.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Wanita Internasional, atas dukungan akademik selama penelitian ini berlangsung, serta kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak dari Annafad Kitchen & Dimsum atas izin dan dukungan yang diberikan selama proses penelitian, kepada 95 responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini, serta kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini.

REFERENSI

Agarwal, R. (2023). Product Innovation and Competitive Advantage in Culinary Sector. Journal of Culinary Science & Technology, 15(2), 112–128.

Barney, J. B. (2020). Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage. Oxford University Press.

Chopra, S., & Meindl, P. (2022). Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation (7th ed.). Pearson Education.

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Damanik, E. (2026). Building Sustainable Competitive Advantage through Customer Centricity. International Journal of Business Administration, 14(1), 45–59.

Elvira, R., & Kusumastuti, A. (2025). Driving Factors of Innovation: Dimensions of Open Culture. Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis, 8(2), 201–215.

Hassan, M., et al. (2024). Product Innovation in Food SMEs and Internationalization. International Business Review, 33(4), 510–525.

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

Heizer, J., & Render, B. (2021). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management (13th ed.). Pearson.

Kurniawan, H., & Silitonga, M. (2024). The Effect of Product Innovation and Lifestyle on Brand Trust. International Journal of Innovation Studies, 6(2), 89–104.

Ratten, V. (2022). Women Entrepreneurship and SME Performance. International Journal of Innovation and Regional Development, 11(3), 195–210.

Rosdiana, E., et al. (2023). Konstruksi Gender dan Peran Strategis Perempuan pada Manajemen UMKM Kuliner. Jurnal Studi Gender Indonesia, 8(1), 54–68.

Shahin, A., et al. (2021). Entrepreneurship Development and Women Empowerment in Developing Countries. Journal of Enterprising Communities, 15(2), 241–258.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tambunan, T. (2021). Women Entrepreneurs in SMEs: A Study of Developing Countries. Journal of Small Business and Enterprise Development, 28(5), 680–699.

Taufiq, H. F. M. (2025). State of the Art Competitive Advantage in Indonesia. Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 8(1), 110–125.

Yousafzai, S., et al. (2021). Institutional Theory and Women Entrepreneurship. Entrepreneurship & Regional Development, 33(5), 380–398.

© 2026 The Authors. Published by Ell Publication and Research Center for International Development Studies. This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)