

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan *Creative Destruction* sebagai Mediasi pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Rendang

di Provinsi Sumatera Barat

Lisa Amiyati, Ratni Prima Lita*, Ma'ruf

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Andalas, Indonesia



Abstract

In recent years, various countries have used a government- and academic-developed concept of competitiveness as a tool to measure the performance of companies, industries, regions, and governments. In Indonesia, MSMEs play an important role in economic growth and improving the welfare of the Indonesian people. One of the culinary businesses in West Sumatra Province is rendang. Rendang is a dish that must be served at every special occasion, such as Minangkabau traditional ceremonies, wedding parties, the welcoming of honored guests, and other events. This research aims to analyze the impact of innovation speed on competitiveness through creative destruction, as well as the impact of innovation speed and Creative destruction on competitiveness. There were 75 respondents—rendang MSMEs in West Sumatra—selected using purposive sampling, and data were collected via a Likert-scale questionnaire. The data analysis technique used was Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS 4 software. The research results show that the speed of innovation has a positive and significant effect on creative destruction and competitiveness; creative destruction has a positive and significant effect on competitiveness; and Creative destruction significantly mediates the effect of the speed of innovation on competitiveness.

Abstrak

Beberapa tahun terakhir ini, berbagai negara menggunakan konsep daya saing yang dikembangkan oleh pemerintah dan kalangan akademisi sebagai alat untuk mengukur kinerja suatu perusahaan, industri, wilayah, dan pemerintahan. Di Indonesia, UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu usaha kuliner di Provinsi Sumatera Barat adalah rendang. Rendang adalah hidangan yang harus disajikan dalam setiap acara spesial, seperti upacara adat Minangkabau, pesta pernikahan, menyambut tamu yang dihormati, dan acara lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing melalui *creative destruction*, serta pengaruh kecepatan inovasi dan *creative destruction* terhadap daya saing. Terdapat 75 responden, yaitu UMKM rendang di Sumatera Barat, dengan teknik purposive sampling dan pengumpulan data melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *creative destruction*; kecepatan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing; serta *creative destruction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. *Creative destruction* memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing secara signifikan.

Keywords: *Innovation Speed, Creative Destruction, Competitiveness, Rendang MSMEs*

Corresponding author: Ratni Prima Lita (ratniprimalita@eb.unand.ac.id)

Pendahuluan

Beberapa tahun terakhir ini, berbagai negara menggunakan sebuah konsep daya saing yang dikembangkan oleh pemerintah dan kalangan akademisi digunakan sebagai alat pengukuran kinerja suatu perusahaan, industri, wilayah dan pemerintahan. Selain itu, semakin sering digunakan konsep daya saing dalam mengukur peran dan kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Saat ini terjadi pergeseran sudut pandang dalam peran UMKM yang semula peran tersebut hanya dilihat dari

kontribusi UMKM dalam meningkatkan-menurunkan kemiskinan dan kesempatan kerja bagi masyarakat, mengarah ke sudut pandang bahwa UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar sebagai indikator pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Di Indonesia, UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. UMKM dapat menjadi salah satu pilar pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dilihat melalui data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2023. Saat ini UMKM berjumlah 64,2 juta dan memiliki kontribusi terhadap PDB sebesar 60,5% atau Rp 8.573,89 triliun. UMKM juga berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia, antara lain dengan mampu menyerap kurang lebih 117 juta tenaga kerja atau 96,92% dari total tenaga kerja yang tersedia di Indonesia. Salah satu usaha kuliner di Provinsi Sumatera Barat adalah rendang. Rendang adalah hidangan yang harus disajikan dalam setiap acara spesial, seperti upacara adat Minangkabau, pesta pernikahan, menyambut tamu yang dihormati, dan acara lainnya. Selain itu, kebiasaan merantau orang Minangkabau membuat rendang menyebar di seluruh Indonesia dan dunia.

Tujuan dibuatnya kemasan untuk makanan rendang di Provinsi Sumatera Barat adalah untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk, memudahkan penggunaan dan pengiriman, memudahkan penyimpanan, serta memudahkan pemasaran. Kemasan yang baik dapat memastikan kualitas dan keamanan produk rendang yang dikemas, sehingga rendang tetap segar dan aman untuk dikonsumsi. Selain itu, kemasan yang tepat juga memudahkan penggunaan dan pengiriman, sehingga rendang tidak mudah basi saat sampai di kota tujuan.

Penelitian sebelumnya oleh Hendayana et al. (2019) menunjukkan bahwa inovasi pada UMKM berpengaruh terhadap daya saing. Penelitian lainnya oleh Hutahayan dan Yufra (2019) mengungkapkan bahwa kecepatan inovasi dan *creative destruction* berpengaruh terhadap daya saing, dan *creative destruction* dapat memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing.

Berdasarkan fenomena yang sudah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana kecepatan inovasi memengaruhi *creative destruction* UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat; bagaimana kecepatan inovasi memengaruhi daya saing UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat; bagaimana *creative destruction* memengaruhi daya saing UMKM di Provinsi Sumatera Barat; serta bagaimana *creative destruction* memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat.

Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap *Creative Destruction*

Kecepatan inovasi memiliki pengaruh besar terhadap fenomena *creative destruction*, di mana inovasi baru menggantikan teknologi atau produk lama, menciptakan peluang baru, namun juga menghancurkan model bisnis yang sudah ada. Semakin cepat inovasi berkembang, semakin cepat

perusakan kreatif terjadi, karena produk dan teknologi lama menjadi usang dan digantikan oleh solusi yang lebih efisien dan canggih. Inovasi memengaruhi proses *creative destruction* (Lipieta & Lipieta, 2023). Inovasi secara signifikan berkontribusi pada *creative destruction* (Garcia-Macia et al., 2019). Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) ialah:

H1: Kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *creative destruction* UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing

Inovasi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap daya saing UMKM (Hendayana et al., 2019). Menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara kecepatan inovasi, profitabilitas, dan produktivitas dengan daya saing UMKM pangan (Taneo et al., 2017). Kinerja inovasi yang didorong oleh heterogenitas pengetahuan antarpelaku usaha dapat memberikan kontribusi positif terhadap daya saing (Franco, 2020). Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) ialah:

H2: Kecepatan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat

Pengaruh *Creative Destruction* Terhadap Daya Saing

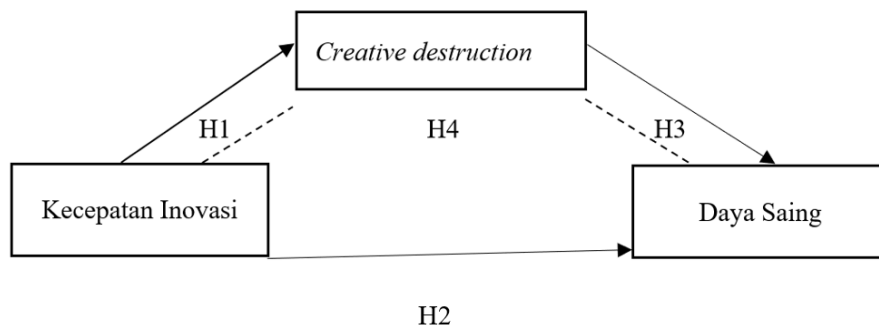
Fenomena *creative destruction* berperan penting dalam meningkatkan daya saing bisnis dan industri. Proses ini mendorong inovasi dengan menggantikan teknologi, produk, atau model bisnis lama dengan yang lebih efisien dan relevan. *Creative destruction* berpengaruh terhadap daya saing perusahaan kecil dan menengah di Indonesia (Taneo et al., 2017). *Creative destruction* mendorong daya saing (Yasar, 2021). Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) ialah:

H3: *Creative destruction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat.

Pengaruh *Creative Destruction* dalam Memediasi Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing

Inovasi menjadi salah satu aspek penting bagi keberlanjutan usaha (Lita et al., 2024; Lita et al., 2024; Lita et al., 2025; Ma'ruf et al., 2025). Kecepatan inovasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan (Taneo et al., 2020). Dalam penelitian tersebut, *creative destruction* dan *knowledge creation* diidentifikasi sebagai faktor mediasi yang memperkuat daya saing dengan meningkatkan kompetensi, mempertahankan inovasi yang telah dicapai, serta meningkatkan efisiensi bisnis, kualitas produk, keterampilan tenaga kerja, jaringan pasar, layanan pelanggan, dan pengemasan produk. Kecepatan inovasi dan *creative destruction* berperan penting dalam menciptakan dan mempertahankan daya saing UMKM (Ardyanti & Nursyamsiah, 2022). Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) ialah:

H4: *Creative destruction* memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat



Gambar 1. Kerangka penelitian

Metode Riset

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam analisis data. Metode penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka. Pendekatan ini didasarkan pada teori pengetahuan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh signifikan antarvariabel tersebut. Populasi merujuk pada seluruh kelompok individu, kejadian, atau hal-hal yang menjadi fokus perhatian dalam penelitian yang ingin diamati dan dari mana informasinya diperoleh (Sekaran & Bougie, 2016). Melalui mempelajari sampel, peneliti harus mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan pada populasi yang diminati (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana sampel dipilih menurut kriteria tertentu, yaitu usaha yang berlokasi di Provinsi Sumatera Barat dan melakukan inovasi dalam tiga tahun terakhir, baik dari segi rasa, bentuk, ukuran, dan varian produk.

Untuk perhitungan sampel menggunakan rumus Hair et al. (2022). Berikut ini perhitungan sampel untuk penelitian ini:

$n = (5 \times \text{size indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian})$.

Penelitian ini menggunakan 3 indikator untuk kecepatan inovasi, 6 indikator untuk *creative destruction*, dan 6 indikator untuk daya saing. Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak $5 \times 15 = 75$. Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 pelaku usaha.

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online menggunakan *Google Forms* dengan skala Likert. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui perangkat lunak Smart PLS versi 4.0. Validitas data diuji menggunakan metode *convergent validity* dan *discriminant validity*, dengan kriteria nilai AVE lebih dari 0,5 dan nilai *cross-loading* lebih dari 0,7 (Hair et al., 2022). Selanjutnya, pengujian reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi instrumen

dengan melihat nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability*, di mana nilai yang dianggap reliabel adalah di atas 0,7 (Sekaran & Bougie, 2017; Hair et al., 2022). Untuk menguji model dalam (*inner model*), dilakukan evaluasi terhadap hasil *bootstrapping* dan koefisien jalur (*path coefficients*). Sebuah hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai *p-value* kurang dari 0,05 (Hair et al., 2022).

Hasil dan Analisis

Profil Demografi Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 75 orang yang merupakan pelaku usaha rendang kemasan di Provinsi Sumatera Barat. Mayoritas responden berasal dari Kota Padang dengan persentase sekitar 38,7 persen. Seluruh usaha yang dijalankan responden merupakan usaha perseorangan. Sebagian besar responden memiliki jumlah karyawan antara 4 dan 6 orang. Dari segi usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 41 hingga 50 tahun. Untuk status perkawinan, mayoritas responden berstatus menikah. Dalam hal jumlah anggota keluarga, sebagian besar responden memiliki keluarga dengan 4 hingga 6 anggota. Berdasarkan tingkat pendidikan, latar belakang pendidikan yang paling umum adalah SMA. Sedangkan dari segi jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase sekitar 70,7 persen. Mengenai lamanya usaha berjalan, mayoritas usaha telah berjalan selama 6 tahun atau lebih. Untuk penjualan per tahun, sebagian besar usaha memiliki keuntungan rata-rata di bawah atau sama dengan 2 miliar rupiah. Begitu pula dengan modal usaha, mayoritas responden memiliki modal di bawah atau sama dengan 1 miliar rupiah. Dalam hal inovasi produk, mayoritas responden melakukan inovasi pada varian produk rendang kemasan. Sedangkan untuk jenis rendang yang dihasilkan, variasi rendang daging menjadi yang paling banyak diproduksi, diikuti oleh rendang ayam dan rendang jengkol. Mayoritas responden juga menjadikan usaha rendang kemasan sebagai usaha utama.

Tabel 1.

Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
---------------	----------------	----------------

Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<i>Lokasi Usaha</i>		
Kota Padang	29	38.7
Kota Payakumbuh	15	20.0
Kabupaten Lima Puluh Kota	6	8.0
Kota Padang Panjang	5	6.7
Kabupaten Solok Selatan	1	1.3
Kabupaten Agam	5	6.7
Kota Solok	4	5.3
Kabupaten Pesisir Selatan	2	2.7
Kota Bukittinggi	2	2.7
Kabupaten Tanah Datar	5	6.7
Kabupaten Sijunjung	1	1.3
<i>Bentuk Kepemilikan</i>		
Perseorangan	75	100
<i>Jumlah Pekerja</i>		
1 - 3 orang	22	29.3
4 - 6 orang	41	54.7
7 - 9 orang	8	10.7
≥ 10 orang	4	5.3
<i>Usia</i>		
21 - 30 tahun	5	6.7
31 - 40 tahun	14	18.7
41 - 50 tahun	35	46.7
> 50 tahun	21	28.0
<i>Status Perkawinan</i>		
Lajang	6	8.0
Menikah	68	90.7
Janda/Duda	1	1.3
<i>Jumlah Anggota Keluarga</i>		
1 - 3 orang	30	40.0
4 - 6 orang	39	52.0
7 - 9 orang	6	8.0
<i>Tingkat Pendidikan</i>		
SMP	4	5.3
SMA	35	46.7
D3	2	2.7
S1	33	44.0
S2	1	1.3
<i>Jenis Kelamin</i>		
Laki-laki	22	29.3
Perempuan	53	70.7
<i>Lama Usaha Berjalan</i>		
≤ 3 tahun	6	8.0
4 - 5 tahun	24	32.0
≥ 6 tahun	45	60.0
<i>Penjualan Pertahun</i>		
≤ 2 miliar	71	94.7
> 2 miliar - 15 miliar	4	5.3
<i>Modal</i>		

Karakteristik	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
≤ 1 miliar	70	93,3
> 1 miliar - 5 miliar	5	6,7
<i>Inovasi</i>		
Rasa	49	65,3
Bentuk	50	66,7
Ukuran	45	60,0
Varian	53	70,7
Produk Baru	44	57,9
<i>Jenis Rendang</i>		
Rendang Daging	71	94,7
Rendang Ayam	59	78,7
Rendang Jengkol	39	52,0
Rendang Nangka	21	28,0
Rendang Paru	33	44,0
Rendang Jamur	22	29,3
Rendang Singkong	15	20,0
Rendang Ikan	14	18,7
Rendang Telur	34	45,3
Rendang Belut	15	20,0
Rendang Lokan	6	8,0
<i>Usaha</i>		
Usaha Utama	66	88,0
Usaha Sampingan	9	12,0

Evaluasi Model Pengukuran

Tabel 2.
Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel/Item	<i>Outer Loadings</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	AVE	Hasil
<i>Kecepatan Inovasi</i> (Hutahayan & Yufra, 2019)		0.907	0.917	0.834	Reliabel
Usaha saya mewujudkan ide inovasi terkait produk lebih cepat dari yang saya rencanakan	0.942				Valid
Usaha saya meluncurkan produk baru ke pasar sesuai dengan yang saya rencanakan	0.906				Valid
Usaha saya melakukan inovasi terkait produk lebih cepat dibandingkan sebelumnya dalam tiga tahun terakhir ini	0.891				Valid
<i>Creative Destruction</i> (Hutahayan & Yufra, 2019)		0.939	0.943	0.680	Reliabel
Berdasarkan pengalaman, usaha saya mampu menghasilkan produk dengan lebih efisien	0.790				Valid
Berdasarkan pengalaman, usaha saya mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik	0.826				Valid
Para karyawan di perusahaan saya, semakin lama memiliki keterampilan yang lebih baik	0.869				Valid
Produk-produk saya lebih unggul dibandingkan produk Pesaing	0.802				Valid
Usaha rendang saya memberikan layanan terbaik kepada pelanggan	0.861				Valid
Usaha rendang saya selalu mengembangkan jaringan pasar seperti, pemasok dan agen	0.798				Valid

Variabel/Item	<i>Outer Loadings</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	AVE	Hasil
<i>Daya Saing</i> (Hutahayan & Yufra, 2019)		0.901	0.910	0.767	Reliabel
Dengan adanya inovasi produk, keuntungan usaha saya meningkat 3 tahun terakhir	0.837				Valid
Dengan adanya inovasi produk, modal usaha saya meningkat 3 tahun terakhir	0.860				Valid
Dengan adanya inovasi produk, kekayaan (asset) usaha saya meningkat 3 tahun terakhir	0.871				Valid
Usaha saya mencapai target produksi yang diharapkan selama 3 tahun terakhir	0.918				Valid
Usaha saya menghasilkan produk yang jumlahnya semakin meningkat selama 3 tahun terakhir	0.864				Valid
Usaha saya menawarkan produk yang berkualitas sesuai yang harapan pembeli selama 3 tahun terakhir	0.903				Valid

Pada Tabel 2 ditampilkan nilai *outer loadings*, *Cronbach's Alpha*, *composite reliability*, dan AVE yang menggambarkan tingkat validitas masing-masing variabel. Menurut Hair et al. (2022), suatu indikator dapat dianggap valid apabila nilai *outer loading*-nya minimal 0,6. Berdasarkan hasil yang diperoleh, variabel seperti kecepatan inovasi, *creative destruction* dan daya saing telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Oleh karena itu, seluruh indikator tersebut dinilai valid dan memungkinkan penelitian dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Selanjutnya, Hair et al. (2022) juga menjelaskan bahwa nilai *composite reliability* yang dapat diterima adalah di atas 0,7, sementara *Cronbach's Alpha* dikatakan memadai jika nilainya lebih dari 0,6. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria ini, yang menandakan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik. Untuk nilai AVE (*Average Variance Extracted*), nilainya di atas 0,5. Berdasarkan data, semua variabel memiliki nilai AVE yang melebihi ambang batas tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan validitas dan dapat digunakan dalam proses analisis lanjutan.

Tabel 3.
Hasil *Fornell Larcker Criterion*

Variabel	<i>Creative Destruction</i>	Daya Saing	Kecepatan Inovasi
<i>Creative Destruction</i>	0.825		
Daya Saing	0.551	0.876	
Kecepatan Inovasi Produk	0.671	0.681	0.913

Berdasarkan Tabel 3, uji *discriminant validity* berdasarkan nilai *Fornell-Larcker criterion* pada penelitian ini telah memenuhi syarat yang ditentukan. Indikator-indikator variabel yang digunakan pada penelitian ini lebih tinggi daripada kolerasi indikator tersebut dengan variabel lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel pada penelitian ini memiliki validitas yang tinggi.

Evaluasi Model Struktural

Tabel 4.
Uji Hubungan Langsung

Hubungan	Coeff.	T-Statistik	P-Value	Deskripsi
----------	--------	-------------	---------	-----------

H1. Kecepatan Inovasi → <i>Creative Destruction</i>	0.670	9.466	0.000	Didukung
H2. Kecepatan Inovasi → Daya Saing	0.620	6.973	0.000	Didukung
H3. <i>Creative Destruction</i> → Daya Saing	0.333	2.679	0.007	Didukung

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antarvariabel dalam model. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan signifikansi hubungan antarvariabel yaitu apabila nilai t-statistik $> 1,96$ dan $p\text{-value} < 0,05$ (Hair et al., 2022; Hamid & Anwar, 2019). Hasil analisis menunjukkan bahwa kecepatan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *creative destruction*, dengan nilai koefisien sebesar 0,666, nilai t-statistik sebesar 9,466, dan $p\text{-value}$ sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecepatan inovasi yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula dorongan terhadap terjadinya perubahan kreatif atau *creative destruction*. Selain itu, kecepatan inovasi juga terbukti berpengaruh secara langsung terhadap daya saing, dengan nilai koefisien 0,610, t-statistik 6,973, dan $p\text{-value}$ 0,000, yang artinya hipotesis kedua diterima. Artinya, peningkatan kecepatan inovasi berdampak signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM. Sementara itu, *creative destruction* juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, dengan koefisien sebesar 0,336, t-statistik 2,679, dan $p\text{-value}$ 0,007, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

Tabel 5..
Uji Hubungan Tidak Langsung

Hubungan	Coeff.	T-Statistic	P-Value	Deskripsi
H4. Kecepatan Inovasi → <i>Creative Destruction</i> → Daya Saing	0.224	2.536	0.011	Didukung

Hasil analisis jalur tidak langsung menunjukkan bahwa *creative destruction* berperan sebagai mediator dalam hubungan antara kecepatan inovasi dan daya saing. Nilai pengaruh mediasi ini ditunjukkan oleh koefisien sebesar 0,224, t-statistik sebesar 2,536, dan $p\text{-value}$ sebesar 0,011. Hal ini menandakan bahwa pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing tidak hanya berlangsung secara langsung, namun juga diperkuat melalui mekanisme mediasi *creative destruction*. Dengan demikian, seluruh hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima, dan hasilnya mendukung bahwa kecepatan inovasi merupakan faktor kunci yang tidak hanya memengaruhi daya saing UMKM rendah, tetapi juga melalui sebagai variabel perantara dalam *creative destruction*.

Dalam model penelitian ini, nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen (Hair et al., 2022). Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel daya saing dapat dijelaskan sebesar 41,9% oleh variabel kecepatan inovasi dan *creative destruction*. Sementara itu, 58,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti strategi pemasaran, kualitas SDM, atau kondisi pasar. Adapun pada model yang mengukur pengaruh kecepatan inovasi terhadap *creative destruction*, diperoleh nilai *R-Square* sebesar 43,5%, yang berarti kecepatan inovasi mampu menjelaskan 43,5% dari variasi yang terjadi pada *creative destruction*. Sisanya sebesar 56,5%

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus dalam studi ini.

Tabel 6.

R-Square

Variabel	<i>R-Square</i>	Persentase	Kategori
<i>Creative Destruction</i>	0,435	43,5%	Moderat
Daya Saing	0,419	41,9%	Moderat

Pembahasan

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap *Creative Destruction*

Kemampuan UMKM rendang kemasan di Sumatera Barat dalam mewujudkan inovasi lebih cepat dari rencana mencerminkan kelincahan mereka dalam merespons perubahan pasar dan memanfaatkan pelatihan dan teknologi. Kecepatan ini menjadi kekuatan penting dalam konteks *creative destruction* karena memungkinkan penggantian produk atau proses lama dengan yang lebih inovatif sebelum pesaing melakukannya. Selain itu, peluncuran produk yang tepat waktu menandakan efektivitas pengelolaan inovasi secara terstruktur, yang penting untuk menjaga dinamika dan daya saing bisnis di tengah perubahan pasar.

Akselerasi inovasi selama tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa UMKM mampu beradaptasi terhadap tantangan, seperti perubahan perilaku konsumen, dampak pandemi, dan meningkatnya persaingan. Dalam kerangka *creative destruction*, percepatan ini menjadi indikator keberhasilan UMKM dalam menciptakan siklus pembaruan produk secara berkelanjutan. Dengan demikian, hubungan antara percepatan inovasi dan ketepatan waktu peluncuran produk berperan penting dalam memperkuat posisi UMKM, menjaga keberlangsungan usaha, dan memastikan daya saing di pasar yang terus berkembang.

Taneo et al. (2020) menyatakan bahwa kecepatan inovasi mendorong UMKM pangan untuk melakukan lebih melakukan inovasi yang mendukung percepatan *creative destruction* UMKM tersebut, seperti perubahan teknologi yang lebih modern. *Creative destruction* dalam hal ini dilakukan melalui peningkatan kompetensi dan pemeliharaan inovasi yang telah dicapai oleh UKM pangan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lipieta dan Lipieta (2023). Studi tersebut menunjukkan adanya pengaruh inovasi terhadap *creative destruction*. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Garcia-Macia et al. (2019) yang menemukan bahwa *innovation* berpengaruh terhadap *creative destruction*.

Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing

Kemampuan UMKM rendang kemasan di Sumatera Barat dalam mewujudkan inovasi lebih cepat dari rencana, meluncurkan produk tepat waktu, dan berinovasi lebih cepat dibandingkan periode

sebelumnya mencerminkan respons adaptif terhadap perubahan pasar. Percepatan ini umumnya dipicu oleh meningkatnya permintaan terhadap produk yang sehat, praktis, dan sesuai tren digital, serta didukung oleh pelatihan, pembiayaan, dan teknologi. Kecepatan inovasi menunjukkan kesiapan pelaku usaha dalam merespons peluang dan tekanan serta menjadi kunci dalam mempertahankan daya saing di tengah dinamika pasar. Sementara itu, peluncuran produk sesuai jadwal mencerminkan efektivitas perencanaan, stabilitas produksi, dan kematangan strategi pemasaran yang mendukung keberhasilan inovasi secara terstruktur.

Namun, keberhasilan inovasi tidak cukup hanya sampai tahap peluncuran. Beberapa UMKM mengalami kegagalan dalam mempertahankan inovasi karena kurangnya riset pasar, lemahnya strategi promosi, atau ketidaksesuaian antara biaya dan permintaan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi harus dikelola secara berkelanjutan agar tidak hanya bersifat sementara. Dalam konteks *creative destruction*, inovasi yang cepat dan berkelanjutan memungkinkan produk baru menggantikan produk lama secara efektif, sehingga memperkuat posisi UMKM di pasar. Oleh karena itu, keberhasilan inovasi sangat bergantung pada kombinasi kecepatan, ketepatan waktu, dan ketahanan produk dalam menjawab kebutuhan konsumen secara konsisten.

Perusahaan memperoleh daya saing melalui kecepatan inovasi yang dilakukan, termasuk teknologi baru dan bentuk bisnis baru (de-Lima-Santos et al., 2024; Ragazou et al., 2023; Zheng et al., 2024). UKM pangan yang berhasil mewujudkan idenya dengan cepat, terutama melalui inovasi proses, produk, dan bisnis, memperoleh profitabilitas dan produktivitas yang lebih tinggi (Saguy, 2022; Deku et al., 2023; Omidvar et al., 2025). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendayana et al. (2019) yang menemukan bahwa inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Taneo et al. (2017). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian oleh Franco (2020) yang menemukan bahwa kinerja inovasi menyoroti dampak positif dari heterogenitas pengetahuan antarpelaku usaha terhadap kinerja inovasi yang bersifat eksploratif dan eksploitatif, yang dapat berkontribusi terhadap daya saing.

Pengaruh *Creative Destruction* Terhadap Daya Saing

Peningkatan daya saing UMKM rendang kemasan di Sumatera Barat didorong oleh berbagai faktor strategis, mulai dari peningkatan kualitas produk hingga perluasan jaringan pasar. Upaya memenuhi standar legal, seperti sertifikasi halal dan izin BPOM, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses ke pasar modern dan nasional. Di sisi lain, modernisasi proses produksi tanpa meninggalkan unsur tradisional dapat menciptakan efisiensi biaya tanpa mengorbankan kualitas, sehingga produk tetap kompetitif dari sisi harga maupun mutu. Penguasaan keterampilan baru oleh pelaku UMKM dan karyawan, seperti teknologi digital dan pemasaran daring, dapat mempercepat adaptasi terhadap perubahan pasar dan memperkuat posisi bisnis.

Selain itu, diversifikasi produk seperti rendang instan atau rendang suwir dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen modern dan membantu menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Peningkatan layanan pelanggan melalui teknologi digital turut menciptakan pengalaman konsumen yang lebih baik, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat citra usaha. Terakhir, kemampuan UMKM dalam memperluas jaringan pasar, baik melalui platform digital, kemitraan dengan ritel modern, hingga ekspor, menjadi pilar penting dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin kompleks dan dinamis.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Taneo et al. (2017), yang menunjukkan bahwa *creative destruction* berpengaruh terhadap daya saing perusahaan kecil dan menengah di Indonesia. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasar (2021), di mana *creative destruction* mendorong daya saing.

Pengaruh *Creative Destruction* dalam Memediasi Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing

Kecepatan inovasi menjadi kekuatan penting bagi UMKM rendang kemasan di Sumatera Barat dalam menghadapi dinamika pasar, namun tidak cukup untuk meningkatkan daya saing tanpa melalui proses *creative destruction*. Proses ini berfungsi sebagai mekanisme mediasi yang memastikan bahwa inovasi yang cepat benar-benar menggantikan produk, proses, atau model bisnis lama yang sudah tidak relevan. Dengan menggantikan elemen usang melalui inovasi yang lebih efisien dan sesuai tren pasar, UMKM tidak hanya memperbarui penawaran produk, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan—dua faktor kunci dalam membangun daya saing yang kuat.

Creative destruction juga mendorong keberanian UMKM untuk mengambil risiko dan beradaptasi secara konsisten terhadap perubahan preferensi konsumen, teknologi, serta standar regulasi seperti sertifikasi halal dan izin BPOM. Tanpa proses ini, inovasi cenderung tidak terarah dan tidak memberikan dampak yang maksimal. Sebaliknya, *creative destruction* yang efektif membantu UMKM mengalokasikan sumber daya secara optimal, menarik pasar yang lebih luas, dan memperkuat posisi mereka di pasar nasional maupun pasar ekspor. Dengan demikian, *creative destruction* menjadi jembatan strategis yang mengubah kecepatan inovasi menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi UMKM.

Menurut Taneo et al. (2017), daya saing dapat mengalami peningkatan apabila percepatan dalam pengembangan inovasi diiringi dengan proses *creative destruction*. Dalam konteks ini, *creative destruction* diwujudkan melalui penguatan kompetensi serta pelestarian inovasi yang telah dicapai oleh UKM di sektor pangan. Penguatan kompetensi tersebut dapat dicapai melalui efisiensi biaya operasional, peningkatan mutu produk, dan peningkatan keterampilan tenaga kerja. Upaya ini dilakukan tanpa mengabaikan inovasi yang telah ada, guna memperkuat kualitas layanan kepada pelanggan, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan inovasi dalam aspek pengemasan produk. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ardyanti dan Nursyamsiah

(2022) yang menekankan pentingnya kecepatan inovasi dan *creative destruction* dalam menciptakan dan mempertahankan daya saing UMKM. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutahayan dan Yufra (2019) yang menunjukkan bahwa kecepatan inovasi dan *creative destruction* berpengaruh terhadap daya saing, dan *creative destruction* dapat memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing.

Kesimpulan

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa kecepatan inovasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pelaku usaha perlu memastikan peluncuran produk dilakukan tepat waktu dengan dukungan tim inovasi, pemanfaatan teknologi digital, dan pendekatan manajerial yang adaptif. Selain itu, manajemen SDM berperan besar dalam proses *creative destruction* melalui pengembangan keterampilan karyawan secara berkelanjutan, misalnya melalui pelatihan, mentoring, dan evaluasi kompetensi yang terstruktur. Strategi pemasaran juga perlu selaras dengan inovasi, agar produk baru cepat diterima pasar dan mampu memberikan nilai tambah bagi usaha.

Dari sisi kebijakan, dukungan pemerintah dan dinas terkait sangat diperlukan untuk memperkuat daya saing UMKM, seperti penyediaan pelatihan berbasis kompetensi, insentif bagi inovasi, dan platform digital untuk promosi produk. Bagi peneliti selanjutnya, hasil studi ini membuka peluang untuk menggali variabel lain yang mungkin memediasi atau memoderasi hubungan antara inovasi dan daya saing, seperti budaya organisasi atau adopsi teknologi. Disarankan juga untuk memperluas cakupan studi ke sektor usaha lain dan menggunakan pendekatan longitudinal agar menghasilkan temuan yang lebih mendalam dan lebih aplikatif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini belum sempurna dan masih memiliki keterbatasan. Adapun keterbatasan penelitian ini sebagai berikut: responden pada penelitian ini memiliki usaha atau produk yang tidak terbatas pada rendang kemasan saja; inovasi yang dilakukan tidak hanya terfokus pada rendang kemasan. Responden juga melakukan inovasi terhadap produk lainnya. Pada penelitian ini, tidak adanya mekanisme untuk mengisolasi responden dalam usahanya yang hanya memproduksi rendang kemasan saja, yang menjadi satu-satunya produk dalam usahanya. Penelitian ini belum memisahkan antara inovasi produksi dan inovasi marketing, penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan memisahkan antara inovasi produksi dan marketing.

Daftar Pustaka

Ardyanti, A., & Nursyamsiah, S. (2022). *Pengaruh Kecepatan Inovasi terhadap Daya Saing yang Dimediasi Creative destruction pada UMKM Pengolahan Pangan di Lampung* (Vol. 01, Issue 03). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>

- Deku, W. A., Wang, J., & Das, N. (2023). Innovations in entrepreneurial marketing dimensions: Evidence of Halal food SMES in Ghana. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), 680-713.
- de-Lima-Santos, M. F., Mesquita, L., de Melo Peixoto, J. G., & Camargo, I. (2024). Digital news business models in the age of industry 4.0: Digital Brazilian news players find in technology new ways to bring revenue and competitive advantage. *Digital Journalism*, 12(9), 1304-1328.
- Franco, M. (2020). Entrepreneurship, competitiveness and innovation. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 12, Issue 16). <https://doi.org/10.3390/su12166576>
- Garcia-Macia, D., Hsieh, C.-T., & Klenow, P. J. (2019). How Destructive Is Innovation? *Econometrica*, 87(5). <https://doi.org/10.3982/ecta14930>
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis. In *PT Inkubator Penulis Indonesia*.
- Hendayana, Y., Suryana, Ahman, E., & Mulyadi, H. (2019). *The Effect of Innovation on Business Competitiveness of Small and Medium Enterprise in Indonesia*. <https://doi.org/10.2991/icoi-19.2019.21>
- Hutahayan, B., & Yufra, S. (2019). Innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia: Creative destruction as the mediation. *Journal of science and technology policy management*, 10(5), 1152-1173. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2017-0071>
- Lipietz, A., & Lipietz, A. (2023). The analysis of innovative processes—a Polish case. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(2). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2023.2180411>
- Lita, R. P., Komalasari, S. P., Rahmadya, B., Yanti, Y., Rahim, R., Suziana, S., ... & Fanessa, F. (2024). Pelatihan Inovasi Tenun melalui Desain Digital untuk Peningkatan Kualitas Tenun pada Songket Berkah Nagari Sungai Janiah Kabupaten Solok. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 7(3), 371-378.
- Lita, R. P., Rahmadya, B., Komalasari, S. P., Elsandra, Y., El Harits, M. D., & Khotimah, H. (2024). Pengembangan Inovasi Produksi Tenun Unggan Menggunakan Desain Motif Tenun untuk Meningkatkan Kapasitas Produksi Usaha Lansek Manih di Kabupaten Sijunjung. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 7(3), 301-310.
- Lita, R. P., Triani, L. A., Rahayu, R., Besra, E., Rahmadya, B., Rahim, R., ... & Kurniawan, A. (2025). Pengembangan dan Inovasi Desain Motif dan Tenun Social Media Marketing dalam Rangka Meningkatkan Komersialisasi Usaha Banun Songket di Kabupaten Solok. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 8(3), 227-237.
- Ma'ruf, M. R., Lita, R. P., Meuthia, M., & Syafrida, M. F. (2025). Synergy Effect of Innovation as an Enabler of The Firm Performance: SME's Culinary Industry. *TRIKONOMIKA*, 24(2), 115-124. <https://doi.org/10.23969/trikonomika.v24i2.22858>
- Omidvar, M., Confetto, M. G., & Palazzo, M. (2025). Business model innovation: A bridge between corporate social responsibility and successful performance for medium-sized enterprises (SMEs) in the digital era. *Systems*, 13(5), 378.
- Ragazou, K., Passas, I., Garefalakis, A., & Zopounidis, C. (2023). Business intelligence model empowering SMEs to make better decisions and enhance their competitive advantage. *Discover Analytics*, 1(1), 2.
- Saguy, I. S. (2022). Food SMEs' open innovation: Opportunities and challenges. *Innovation strategies*

in the food industry, 39-52.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business Textbook (A Skill Building Approach)*. *United States: John Wiley & Sons, Inc.*
- Taneo, S. Y. M., Hadiwidjojo, D., Sunaryo, & Sudjatno. (2017). The Roles Of Local Government In Moderating The Correlation Between *Innovation Speed* And The Competitiveness Of Food Small And Medium-Sized Enterprises (SMEs) In Malang, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 62(2). <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-02.06>
- Taneo, S. Y. M., Hadiwidjojo, D., Sunaryo, S., & Sudjatno, S. (2020a). *Creative destruction* and knowledge creation as the mediation between *innovation speed* and competitiveness of food small and medium-sized enterprises in Malang, Indonesia. *Competitiveness Review*, 30(2). <https://doi.org/10.1108/CR-12-2017-0090>
- Taneo, S. Y. M., Hadiwidjojo, D., Sunaryo, S., & Sudjatno, S. (2020b). *Creative destruction* and knowledge creation as the mediation between *innovation speed* and competitiveness of food small and medium-sized enterprises in Malang, Indonesia. *Competitiveness Review*, 30(2), 195–218. <https://doi.org/10.1108/CR-12-2017-0090>
- Yasar, A. G. (2021). Re-examining Schumpeter's Legacy: *Creative destruction* as Competition, Innovation and Capitalism. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3886109>
- Zheng, L. J., Zhang, J. Z., Lee, L. Y. S., Jasimuddin, S. M., & Kamal, M. M. (2024). Digital technology integration in business model innovation for carbon neutrality: An evolutionary process model for SMEs. *Journal of Environmental Management*, 359, 120978.