

MANAJEMEN & BISNIS

Kajian Ilmu Akuntansi & Bisnis

Volume XIX No. I Juli 2026

IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY MANAGEMENT PADA PT. GLOBAL JET EXPRESS

Oleh ;

Yohanes Nong Loar^{1*}, Eka Setiawati^{2*}

TRANSFORMASI KOMPETENSI SDM DALAM MENGHADAPI REVOLUSI INDUSTRI 5.0

Oleh ;

Arief Nurtjahjo^{1*}, Ratnawati^{2*}, Ervina Dewi^{3*}

ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM STRATEGI PEMASARAN DIGITAL: ANALISIS PENGARUH ADOPSI AI MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI PENDEKATAN MIXED METHODS

Oleh ;

Eveline Mary^{*}, Desy Faulina Pakpahan^{2*}, Marlina Manurung^{3*}

ADOPSI FINANCIAL TECHNOLOGY DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM

Oleh ;

Hilda Elawati Lasi^{1*}, Yohanes Bosko Nambut^{2*}, Toar Andreas Moleong^{3*}

MODEL STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BERBASIS POTENSI LOKAL DI PAPUA

Oleh;

Yohanes Ngamal^{1*}, Metodius France Marjun Janggur^{2*}, Richard Christian Somalinggi Parantean^{3*}

IMPLEMENTASI STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN PADA UMKM DI ERA DIGITAL

Oleh;

Enggar Trijunanto^{1*}, Ignatius Arie^{2*}, Victor Efraim Saerang^{3*}

MANAJEMEN & BISNIS

Jurnal Manajemen Bisnis merupakan jurnal ilmiah bagi para ahli manajemen bisnis dan akuntansi bisnis dan konten jurnal ini hasil penelitian, kajian pustaka dan analisa yang menggunakan metode ilmiah yang terukur.

Jurnal Manajemen dan Bisnis diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa Merauke dengan Jadwal penerbitan dua kali dalam setahun yakni pada Juli dan Desember.

Pelindung	: Badan Pengurus Yayasan LPK Saint Theresa
Penanggung jawab	: Yohanes Ngamal,SE.,M.Si
Dewan Redaksi	:
Ketua	: Dr. Ir.Arief Nurtjahjo,M.M.,M.H
Wakil ketua	: Inez Cara. Alexander. Phoek, B Com.,M.M.,Ph.D
Anggota	: Dra. Eka Setiawati.,M.Si Fransiscus Saverinus Ngamel, S.Sos

Alamat Redaksi:
Jl. Nusa Barong. No.1 Merauke, Papua Selatan Tel.(0971)3333501
Email: stie@sainttheresa.ac.id

Sumbangan artikel ilmiah berbahasa indonesia dan inggris karya asli (bukan jiplakan) dan belum pernah dipublikasikan. Dapat dikirim melalui email ke alamat stie@sainttheresa.ac.id Dewan redaksi mengedit dan menyunting tanpa mengubah substansi setiap artikel ilmiah yang dikirimkan penulis.

4

IMPLEMENTASI TOTAL QUALITY
MANAGEMENT PADA
PT. GLOBAL JET EXPRESS
Oleh ;
Yohanes Nong Loar1*, Eka Setiawati2*

5

17

TRANSFORMASI KOMPETENSI
SDM DALAM MENGHADAPI
REVOLUSI INDUSTRI 5.0
Oleh ;
Arief Nurtjahjo1*, Ratnawati2*,
Ervina Dewi3*

39

ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL:
ANALISIS PENGARUH *ADOPSI AI
MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER
ENGAGEMENT* DAN LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI PENDEKATAN
MIXED METHODS
Oleh ;
Eveline Mary*, Desy Faulina
Pakpahan2*, Marlina Manurung3*

65

*ADOPSI FINANCIAL
TECHNOLOGY* DAN
PENGARUHNYA TERHADAP
KINERJA KEUANGAN UMKM
Oleh ;
Hilda Elawati Lasi1*, Yohanes
Bosko Nambut2*, Toar Andreas
Moleong3*

84

MODEL STRATEGI PENINGKATAN DAYA
SAING UMKM BERBASIS POTENSI LOKAL
DI PAPUA
Oleh;
Yohanes Ngamal1*, Methodius France
Marjun Janggur2*, Richard Christian
Somalinggi Parantean3*

112

IMPLEMENTASI STANDAR
AKUNTANSI KEUANGAN PADA
UMKM DI ERA DIGITAL
Oleh;
Enggar Trijunanto1*, Ignatius
Arie2*, Victor Efraim Saerang3*

MODEL STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM BERBASIS POTENSI LOKAL DI PAPUA

Yohanes Ngamal^{1*}, Metodius France Marjun Janggur^{2*}, Richard Christian Somalinggi
Parantean^{3*}

^{1,2,3} Management, STIE Saint Theresa, Papua Selatan, Indonesia

Email :

yohanesngamal05@gmail.com^{1*}
france@sainttheresa.ac.id^{2*}
sister.richardchristian@gmail.com^{3*}

Abstract

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Papua karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM di Papua masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, keterbatasan akses pembiayaan, lemahnya inovasi produk, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta terbatasnya akses terhadap pasar nasional maupun internasional. Di sisi lain, Papua memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya, dan kearifan lokal yang berpotensi menjadi keunggulan kompetitif apabila dikelola secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan merumuskan model strategi peningkatan daya saing UMKM berbasis potensi lokal di Papua. Penelitian menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain sequential explanatory, yaitu menggabungkan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Tahap kuantitatif dilakukan melalui survei terhadap 400 pelaku UMKM menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Tahap kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pemerintah daerah, akademisi, dan praktisi untuk memperkuat interpretasi hasil kuantitatif. Model penelitian terdiri atas Potensi Lokal, Transformasi Digital, dan Kapabilitas Inovasi sebagai variabel independen, Keunggulan Kompetitif sebagai variabel mediasi, serta Daya Saing UMKM sebagai variabel dependen. Secara konseptual, penelitian mengajukan bahwa pengembangan UMKM di Papua harus dibangun melalui integrasi antara pemanfaatan potensi lokal, peningkatan inovasi, transformasi digital, dan kolaborasi multipihak. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan model daya saing UMKM berbasis sumber daya lokal sekaligus menjadi rekomendasi kebijakan bagi pemerintah daerah dalam memperkuat ekonomi masyarakat Papua.

Kata Kunci: UMKM, Potensi Lokal, Daya Saing, Transformasi Digital, Kapabilitas Inovasi, Papua.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan fondasi penting dalam struktur perekonomian Indonesia. Sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga menjadi instrumen pemerataan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan. Dalam konteks pembangunan wilayah, UMKM memiliki fungsi strategis sebagai penggerak ekonomi lokal karena mampu memanfaatkan sumber daya yang tersedia di daerah serta menciptakan nilai tambah melalui aktivitas produksi, perdagangan, dan jasa.

Di Papua, keberadaan UMKM memiliki arti yang lebih luas dibandingkan sekadar aktivitas ekonomi. UMKM menjadi sarana pemberdayaan masyarakat adat, penguatan ekonomi keluarga, serta pelestarian berbagai produk berbasis budaya dan sumber daya alam lokal. Beragam komoditas seperti sagu, kopi, kakao, vanili, hasil perikanan, noken, ukiran kayu, anyaman, serta produk kerajinan khas Papua merupakan aset ekonomi yang memiliki nilai budaya sekaligus potensi pasar yang besar apabila dikelola secara profesional.

Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya mampu diterjemahkan menjadi keunggulan kompetitif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Papua masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya literasi digital, kapasitas manajerial yang

belum memadai, minimnya inovasi produk, serta lemahnya akses terhadap jaringan pemasaran. Selain itu, tantangan geografis, keterbatasan infrastruktur, dan tingginya biaya logistik menyebabkan daya saing produk UMKM Papua relatif lebih rendah dibandingkan produk dari wilayah lain.

Transformasi ekonomi digital memberikan peluang baru bagi UMKM Papua untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi, perdagangan elektronik, media sosial, dan pemasaran digital. Implementasi website, platform digital, maupun media sosial telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk lokal Papua, memperluas akses pasar, serta memperkuat identitas merek berbasis budaya daerah.

Selain digitalisasi, kekuatan utama UMKM Papua terletak pada potensi lokal. Potensi lokal tidak hanya dipahami sebagai kekayaan sumber daya alam, tetapi juga mencakup budaya, pengetahuan tradisional, modal sosial, jaringan komunitas, identitas etnik, dan kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Nilai-nilai tersebut membentuk karakteristik produk yang unik dan sulit ditiru oleh daerah lain sehingga dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Perspektif *Resource-Based View (RBV)* menjelaskan bahwa organisasi memperoleh keunggulan bersaing apabila mampu mengelola sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Dalam konteks Papua, kekayaan budaya

dan sumber daya lokal memenuhi karakteristik tersebut sehingga berpotensi menjadi fondasi pengembangan UMKM. Namun, potensi tersebut memerlukan dukungan inovasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi agar mampu menghasilkan nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Di sisi lain, *Dynamic Capability Theory* menekankan bahwa organisasi tidak cukup hanya memiliki sumber daya yang unggul, tetapi juga harus mampu mengintegrasikan, mengembangkan, dan mentransformasikan sumber daya tersebut sesuai perubahan lingkungan bisnis. Perubahan preferensi konsumen, perkembangan teknologi digital, serta meningkatnya persaingan global menuntut UMKM Papua untuk memiliki kemampuan beradaptasi secara cepat melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta pengembangan strategi pemasaran digital.

Kajian empiris mengenai UMKM di Papua menunjukkan bahwa penguatan daya saing memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif. Penelitian di Kota Jayapura menemukan bahwa keterbatasan akses pasar, rendahnya kapasitas manajerial, dan minimnya inovasi masih menjadi hambatan utama, sementara pemanfaatan teknologi digital dan dukungan pemerintah mampu meningkatkan peluang pengembangan usaha. Penelitian lain mengenai pengusaha muda asli Papua juga menegaskan pentingnya pengembangan kapasitas kewirausahaan dan

optimalisasi potensi lokal sebagai dasar pembangunan ekonomi daerah.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih menganalisis faktor-faktor tersebut secara terpisah. Belum banyak penelitian yang mengintegrasikan potensi lokal, transformasi digital, dan kapabilitas inovasi dalam satu model konseptual untuk menjelaskan pembentukan keunggulan kompetitif dan dampaknya terhadap daya saing UMKM Papua. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar pengembangan penelitian ini.

Penelitian ini menawarkan model strategis yang memandang daya saing UMKM bukan semata-mata ditentukan oleh kepemilikan sumber daya lokal, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha mengubah potensi tersebut menjadi produk yang inovatif, berkualitas, memiliki identitas budaya yang kuat, serta dipasarkan melalui teknologi digital. Dengan demikian, strategi peningkatan daya saing harus dibangun melalui sinergi antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, komunitas adat, pelaku usaha, dan sektor swasta dalam membentuk ekosistem kewirausahaan yang inklusif.

Secara akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur mengenai pengembangan UMKM berbasis potensi lokal dengan mengintegrasikan *Resource-Based View*, *Dynamic Capability Theory*, dan *Competitive Advantage Theory*. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan menjadi dasar penyusunan

kebijakan pengembangan UMKM Papua yang lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat kontribusi ekonomi lokal terhadap pembangunan nasional.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Resource-Based View (RBV)

Salah satu teori yang banyak digunakan dalam menjelaskan keunggulan kompetitif organisasi adalah *Resource-Based View (RBV)*. Teori ini pertama kali dikembangkan secara sistematis oleh Barney (1991), yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan ditentukan oleh kemampuan mengelola sumber daya internal yang memiliki karakteristik *valuable* (bernilai), *rare* (langka), *inimitable* (sulit ditiru), dan *non-substitutable* (tidak mudah digantikan) atau dikenal sebagai konsep VRIN. Menurut perspektif ini, organisasi tidak hanya bersaing melalui harga atau skala produksi, tetapi terutama melalui pemanfaatan sumber daya strategis yang dimiliki.

Dalam konteks UMKM, sumber daya tersebut tidak selalu berupa aset fisik atau modal finansial. Pengetahuan lokal, keterampilan pelaku usaha, jaringan sosial, reputasi produk, identitas budaya, serta kearifan lokal merupakan sumber daya tidak berwujud (*intangible resources*) yang mampu menciptakan keunggulan bersaing jangka panjang. Barney (1991) menegaskan bahwa perusahaan yang mampu mengelola sumber

daya unik secara efektif akan lebih mudah menciptakan nilai yang sulit ditiru oleh pesaing.

Pada UMKM di Papua, konsep RBV menjadi sangat relevan karena daerah ini memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya yang tidak dimiliki wilayah lain. Produk berbasis sagu, kopi Pegunungan Tengah, kakao, vanili, hasil perikanan, noken, ukiran Asmat, anyaman tradisional, serta berbagai produk ekonomi kreatif merupakan contoh sumber daya yang memiliki nilai ekonomi sekaligus identitas budaya. Keunikan tersebut menjadi modal dasar dalam membangun diferensiasi produk di pasar nasional maupun internasional.

Namun demikian, kepemilikan sumber daya lokal belum secara otomatis menghasilkan daya saing. Nilai ekonomi hanya akan tercipta apabila sumber daya tersebut dikelola melalui inovasi, peningkatan kualitas produk, pengemasan yang menarik, sertifikasi, pemasaran yang efektif, serta dukungan teknologi digital. Dengan demikian, penelitian ini memandang potensi lokal sebagai sumber daya strategis yang perlu diintegrasikan dengan inovasi dan transformasi digital untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

2.2 Dynamic Capability Theory

Selain *Resource-Based View*, penelitian ini menggunakan *Dynamic Capability Theory* sebagai landasan teoritis. Teori ini dikembangkan oleh Teece, Pisano, dan Shuen (1997) yang menekankan bahwa organisasi

harus memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi kembali sumber daya yang dimiliki agar mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Menurut Teece (2018), keunggulan kompetitif tidak lagi hanya ditentukan oleh kepemilikan sumber daya, tetapi oleh kemampuan organisasi dalam merespons perubahan teknologi, dinamika pasar, perubahan preferensi konsumen, dan tekanan persaingan global. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kemampuan belajar (*organizational learning*), kemampuan berinovasi (*innovation capability*), dan kemampuan melakukan transformasi organisasi secara berkelanjutan.

Dalam konteks UMKM Papua, perubahan lingkungan bisnis ditandai dengan meningkatnya digitalisasi perdagangan, berkembangnya platform e-commerce, perubahan perilaku konsumen, serta meningkatnya tuntutan terhadap kualitas produk dan keberlanjutan. Pelaku UMKM tidak cukup hanya mengandalkan produk tradisional, tetapi harus mampu mengembangkan desain, kualitas, kemasan, strategi pemasaran, serta model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar modern.

Dynamic Capability Theory menjelaskan bahwa organisasi yang mampu melakukan inovasi secara berkelanjutan akan memiliki kemampuan bertahan lebih baik dibandingkan organisasi yang hanya mengandalkan sumber daya tradisional. Oleh karena itu, penelitian ini memandang

kapabilitas inovasi sebagai faktor penting yang menghubungkan potensi lokal dengan peningkatan daya saing UMKM.

2.3 Competitive Advantage Theory

Keunggulan kompetitif merupakan konsep sentral dalam manajemen strategis. Porter (1985) mendefinisikan keunggulan kompetitif sebagai kemampuan organisasi menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing melalui strategi biaya rendah (*cost leadership*), diferensiasi (*differentiation*), maupun fokus pada segmen pasar tertentu (*focus strategy*).

Pada UMKM, keunggulan kompetitif tidak selalu berasal dari skala usaha yang besar, tetapi lebih banyak ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk yang unik, berkualitas, memiliki identitas budaya, serta mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih baik dibandingkan pesaing. Produk berbasis potensi lokal Papua memiliki peluang besar untuk membangun diferensiasi karena karakteristiknya tidak mudah ditiru oleh daerah lain.

Keunggulan kompetitif juga dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memanfaatkan teknologi digital. Digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta membangun merek yang lebih dikenal. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi yang menjelaskan

bagaimana potensi lokal, inovasi, dan transformasi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM.

yang didukung oleh inovasi, transformasi digital, dan pembentukan keunggulan kompetitif.

2.4 Daya Saing UMKM

Daya saing merupakan kemampuan suatu organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar melalui penciptaan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing. Menurut Cho dan Moon (2013), daya saing tidak hanya diukur dari kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga dari kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, menciptakan inovasi, dan mempertahankan keberlanjutan usaha.

Dalam konteks UMKM, daya saing dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Pertumbuhan penjualan.
2. Perluasan pangsa pasar.
3. Peningkatan kualitas produk.
4. Kepuasan pelanggan.
5. Produktivitas usaha.
6. Kemampuan bertahan dalam persaingan.
7. Pertumbuhan keuntungan.

Daya saing UMKM dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi kualitas sumber daya manusia, inovasi, kepemimpinan, dan pengelolaan usaha, sedangkan faktor eksternal meliputi akses pembiayaan, infrastruktur, kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi, dan kondisi pasar.

Penelitian ini memandang daya saing sebagai hasil akhir dari proses pengelolaan potensi lokal

2.5 Potensi Lokal Papua

Potensi lokal merupakan seluruh sumber daya yang berasal dari karakteristik suatu wilayah, baik berupa sumber daya alam, budaya, pengetahuan tradisional, maupun modal sosial yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Bebbington (1999), aset lokal merupakan modal pembangunan yang harus dikelola melalui pemberdayaan masyarakat agar mampu menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan.

Papua memiliki potensi lokal yang sangat beragam. Dari sisi sumber daya alam, Papua dikenal sebagai penghasil kopi Arabika, kakao, vanili, pala, sagu, hasil perikanan, serta berbagai komoditas hutan non-kayu. Dari sisi budaya, Papua memiliki kerajinan noken, ukiran Asmat, anyaman tradisional, seni tari, serta berbagai produk kreatif yang memiliki nilai budaya tinggi.

Selain sumber daya fisik, Papua juga memiliki modal sosial yang kuat melalui hubungan kekerabatan, gotong royong, dan komunitas adat. Modal sosial tersebut menjadi kekuatan dalam membangun jaringan usaha, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat kolaborasi antar pelaku UMKM.

Namun demikian, berbagai potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Keterbatasan teknologi

pengolahan, rendahnya standar kualitas produk, lemahnya akses pasar, dan minimnya inovasi menyebabkan nilai tambah yang dihasilkan masih relatif rendah. Oleh karena itu, pengembangan UMKM Papua harus diarahkan pada peningkatan kemampuan mengelola potensi lokal menjadi produk yang memiliki daya saing tinggi.

2.6 Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aktivitas organisasi untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan penciptaan nilai. Vial (2019) menjelaskan bahwa transformasi digital bukan sekadar penggunaan teknologi, tetapi perubahan menyeluruh terhadap proses bisnis, model organisasi, dan hubungan dengan pelanggan.

Bagi UMKM, transformasi digital mencakup pemanfaatan media sosial, platform *e-commerce*, pembayaran digital, aplikasi pencatatan keuangan, pemasaran digital, serta analisis data pelanggan. Penggunaan teknologi tersebut memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, dan memperkuat hubungan dengan konsumen.

Di Papua, transformasi digital membuka peluang bagi UMKM untuk mengatasi keterbatasan geografis. Melalui platform digital, produk-produk lokal dapat dipasarkan ke berbagai wilayah di Indonesia bahkan ke pasar internasional tanpa harus

bergantung pada toko fisik. Selain itu, media sosial memberikan ruang yang luas untuk memperkenalkan identitas budaya Papua sebagai nilai tambah produk.

Meskipun demikian, keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, ketersediaan infrastruktur internet, literasi digital, serta dukungan kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, transformasi digital harus dipandang sebagai bagian dari strategi pembangunan UMKM yang terintegrasi, bukan sekadar adopsi teknologi semata.

2.7 Kapabilitas Inovasi

Kapabilitas inovasi (*innovation capability*) merupakan kemampuan organisasi dalam menghasilkan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru yang mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan maupun organisasi. Lawson dan Samson (2001) mendefinisikan kapabilitas inovasi sebagai kemampuan perusahaan untuk secara berkelanjutan mentransformasikan pengetahuan, sumber daya, dan pengalaman menjadi produk, proses, maupun model bisnis baru yang memberikan keunggulan kompetitif.

Dalam perspektif *Dynamic Capability Theory*, inovasi dipandang sebagai kemampuan organisasi untuk merespons perubahan lingkungan bisnis melalui pembelajaran, eksperimen, dan adaptasi yang berkelanjutan.

Teece (2018) menegaskan bahwa organisasi yang memiliki kapabilitas inovasi tinggi akan lebih mudah mempertahankan keunggulan kompetitif karena mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan teknologi, preferensi konsumen, maupun dinamika pasar.

Bagi UMKM, inovasi tidak selalu berarti menciptakan teknologi baru. Inovasi dapat diwujudkan dalam bentuk pengembangan desain produk, peningkatan kualitas, inovasi kemasan, diversifikasi produk, penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, maupun penerapan metode produksi yang lebih efisien. Inovasi juga mencakup kemampuan mengombinasikan pengetahuan tradisional dengan teknologi modern sehingga menghasilkan produk yang unik dan memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.

Dalam konteks Papua, kapabilitas inovasi menjadi faktor penting untuk meningkatkan nilai tambah produk berbasis potensi lokal. Misalnya, pengembangan produk sagu menjadi makanan siap saji, pengolahan kopi Papua menjadi produk premium dengan identitas geografis, atau pemanfaatan motif budaya Papua pada produk fesyen dan kerajinan. Inovasi semacam ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperkuat identitas lokal sebagai pembeda di pasar.

Penelitian ini mengukur kapabilitas inovasi melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Kemampuan mengembangkan produk baru.

2. Peningkatan kualitas produk.
3. Inovasi desain dan kemasan.
4. Pemanfaatan teknologi dalam proses produksi.
5. Kemampuan merespons perubahan kebutuhan pasar.

2.8 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM, baik dari aspek sumber daya, inovasi, maupun transformasi digital. Namun demikian, hasil penelitian masih menunjukkan variasi yang membuka ruang bagi pengembangan model konseptual yang lebih komprehensif.

Barney (1991) melalui teori *Resource-Based View* menegaskan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan berasal dari kemampuan mengelola sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Konsep ini menjadi dasar berbagai penelitian mengenai pengembangan daya saing UMKM berbasis sumber daya lokal.

Vial (2019) menemukan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan mempercepat proses inovasi pada berbagai jenis organisasi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi telah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan pada era ekonomi digital.

Teece (2018) menyatakan bahwa organisasi yang memiliki *dynamic capabilities* akan lebih mampu menghadapi perubahan lingkungan bisnis melalui

pembelajaran organisasi, inovasi, dan kemampuan melakukan transformasi. Temuan tersebut memperkuat pentingnya kapabilitas inovasi dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Penelitian Lee dan Shin (2018) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mendorong efisiensi proses bisnis, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Bagi UMKM, transformasi digital menjadi instrumen penting untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam konteks Indonesia, berbagai penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha. Namun demikian, keberhasilan implementasi teknologi sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia, literasi digital, dukungan infrastruktur, serta kemampuan inovasi pelaku usaha.

Penelitian mengenai UMKM di Papua juga menunjukkan bahwa kekayaan potensi lokal belum sepenuhnya memberikan dampak terhadap peningkatan daya saing karena masih terbatasnya inovasi produk, lemahnya strategi pemasaran, dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Oleh sebab itu, pengembangan UMKM Papua memerlukan pendekatan yang mengintegrasikan potensi lokal dengan inovasi dan transformasi digital.

2.9 Research Gap

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesenjangan penelitian (*research gap*) yang menjadi dasar pengembangan penelitian ini.

Pertama, sebagian besar penelitian mengenai UMKM lebih menitikberatkan pada pengaruh digitalisasi, inovasi, atau sumber daya secara terpisah terhadap kinerja usaha. Masih relatif sedikit penelitian yang mengintegrasikan ketiga faktor tersebut dalam satu model konseptual untuk menjelaskan pembentukan daya saing UMKM.

Kedua, penelitian mengenai UMKM di Papua masih didominasi oleh pendekatan deskriptif yang berfokus pada identifikasi permasalahan atau evaluasi program pemerintah. Kajian yang menguji hubungan kausal antarvariabel menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* masih sangat terbatas.

Ketiga, penelitian sebelumnya belum banyak menempatkan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi yang menjelaskan bagaimana potensi lokal, transformasi digital, dan kapabilitas inovasi dapat meningkatkan daya saing UMKM. Padahal, dalam perspektif *Resource-Based View* dan *Dynamic Capability Theory*, keunggulan kompetitif merupakan mekanisme penting yang menghubungkan sumber daya strategis dengan kinerja organisasi.

Keempat, karakteristik sosial, budaya, dan geografis Papua memberikan konteks yang berbeda dibandingkan wilayah lain di Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan model pengembangan UMKM yang disesuaikan dengan karakteristik lokal sehingga hasil penelitian lebih relevan sebagai dasar penyusunan kebijakan pembangunan ekonomi daerah.

Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan model konseptual yang mengintegrasikan Potensi Lokal, Transformasi Digital, dan Kapabilitas Inovasi sebagai faktor pembentuk Keunggulan Kompetitif, yang selanjutnya memengaruhi Daya Saing UMKM.

2.10 Pengembangan Hipotesis

a) Pengaruh Potensi Lokal terhadap Keunggulan Kompetitif

Potensi lokal yang dikelola secara efektif akan menciptakan diferensiasi produk yang sulit ditiru oleh pesaing. Keunikan budaya, sumber daya alam, dan identitas lokal menjadi nilai tambah yang meningkatkan posisi kompetitif UMKM.

H1: Potensi Lokal berpengaruh positif terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM.

b) Pengaruh Transformasi Digital terhadap Keunggulan Kompetitif

Transformasi digital meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan memperkuat hubungan

dengan pelanggan sehingga mampu meningkatkan keunggulan kompetitif organisasi.

H2: Transformasi Digital berpengaruh positif terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM.

c) Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif

Kemampuan menghasilkan inovasi memungkinkan UMKM menciptakan produk yang lebih berkualitas, sesuai kebutuhan pasar, dan memiliki nilai tambah yang lebih tinggi.

H3: Kapabilitas Inovasi berpengaruh positif terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM.

d) Pengaruh Potensi Lokal terhadap Daya Saing

Pengelolaan sumber daya lokal yang optimal mampu meningkatkan kualitas produk, memperkuat identitas merek, dan memperluas peluang pasar.

H4: Potensi Lokal berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM.

e) Pengaruh Transformasi Digital terhadap Daya Saing

Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan UMKM meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan memperbaiki kualitas pelayanan.

H5: Transformasi Digital berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM.

f) Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Daya Saing

Inovasi yang berkelanjutan memungkinkan UMKM mempertahankan relevansi produk di tengah perubahan kebutuhan konsumen.

H6: Kapabilitas Inovasi berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM.

g) Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Daya Saing

Keunggulan kompetitif menjadi dasar utama organisasi untuk mempertahankan posisi pasar dan meningkatkan kinerja usaha.

H7: Keunggulan Kompetitif berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM.

2.11 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini mengembangkan model konseptual sebagai berikut:

1. **X1:** Potensi Lokal
2. **X2:** Transformasi Digital
3. **X3:** Kapabilitas Inovasi
4. **M:** Keunggulan Kompetitif
5. **Y:** Daya Saing UMKM

Hubungan antarvariabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Potensi Lokal → Keunggulan Kompetitif
2. Transformasi Digital → Keunggulan Kompetitif
3. Kapabilitas Inovasi → Keunggulan Kompetitif
4. Potensi Lokal → Daya Saing UMKM
5. Transformasi Digital → Daya Saing UMKM

6. Kapabilitas Inovasi → Daya Saing UMKM
7. Keunggulan Kompetitif → Daya Saing UMKM

Model konseptual ini mengintegrasikan *Resource-Based View*, *Dynamic Capability Theory*, dan *Competitive Advantage Theory*. Dalam model tersebut, potensi lokal dipandang sebagai sumber daya strategis, transformasi digital dan kapabilitas inovasi sebagai kemampuan dinamis untuk mengelola sumber daya tersebut, sedangkan keunggulan kompetitif berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan sumber daya dan kapabilitas organisasi dengan peningkatan daya saing UMKM di Papua.

3. Metode Penelitian

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Mixed Methods* dengan desain *Sequential Explanatory Design*, yaitu pendekatan yang mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif secara berurutan. Menurut Creswell dan Plano Clark (2018), *Sequential Explanatory Design* merupakan desain penelitian yang diawali dengan pengumpulan dan analisis data kuantitatif, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data kualitatif untuk menjelaskan, memperdalam, dan menginterpretasikan hasil kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya bertujuan menguji hubungan antarvariabel, tetapi juga merumuskan model strategi peningkatan daya saing UMKM

yang sesuai dengan karakteristik sosial, budaya, dan ekonomi Papua.

Tahap pertama menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh Potensi Lokal, Transformasi Digital, dan Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Daya Saing UMKM. Tahap kedua menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan diskusi kelompok terarah (*Focus Group Discussion/FGD*) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi pengembangan UMKM berbasis potensi lokal.

Integrasi kedua pendekatan dilakukan pada tahap interpretasi hasil sehingga diperoleh model strategi yang tidak hanya memiliki validitas statistik, tetapi juga relevan dengan kondisi empiris di Papua.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada beberapa kabupaten/kota di Provinsi Papua yang memiliki konsentrasi UMKM relatif tinggi dan mewakili karakteristik ekonomi wilayah, seperti Kota Jayapura, Kabupaten Jayapura, Kabupaten Mimika, Kabupaten Biak Numfor, dan Kabupaten Merauke. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keberagaman sektor usaha, tingkat perkembangan ekonomi, serta ketersediaan pelaku UMKM yang memanfaatkan potensi lokal sebagai basis usahanya.

Penelitian dilaksanakan selama enam bulan, mulai dari tahap persiapan instrumen, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan model strategi.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Papua yang menjalankan usaha berbasis potensi lokal, seperti pengolahan pangan lokal, kerajinan tangan, ekonomi kreatif, hasil perikanan, hasil hutan non-kayu, pertanian, serta jasa berbasis budaya.

2. Sampel Kuantitatif

Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2020), *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan responden berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Kriteria responden adalah:

1. Pemilik atau pengelola UMKM.
2. Menjalankan usaha minimal dua tahun.
3. Memanfaatkan potensi lokal Papua sebagai bahan baku atau identitas produk.
4. Bersedia menjadi responden penelitian.

Jumlah responden sebanyak 400 pelaku UMKM. Jumlah tersebut memenuhi rekomendasi Hair et al. (2022) untuk analisis SEM-PLS, yaitu minimal sepuluh kali jumlah

indikator terbesar yang mengukur suatu konstruk.

1. Informan Kualitatif

Tahap kualitatif melibatkan 25 informan kunci yang terdiri atas:

- 1) pelaku UMKM unggulan;
- 2) pejabat Dinas Koperasi dan UKM;
- 3) akademisi;
- 4) praktisi bisnis;
- 5) pendamping UMKM;
- 6) tokoh masyarakat adat;
- 7) pengelola inkubator bisnis.

Pemilihan informan dilakukan secara purposive berdasarkan pengalaman dan keterlibatan mereka dalam pengembangan UMKM di Papua.

3.4 Variabel Penelitian

Penelitian menggunakan lima konstruk utama.

1 Variabel Independen

X1: Potensi Lokal

Indikator:

- 1) pemanfaatan sumber daya alam lokal;
- 2) pemanfaatan budaya lokal;
- 3) penggunaan pengetahuan tradisional;
- 4) identitas produk lokal;
- 5) modal sosial masyarakat.

2 X2: Transformasi Digital

Indikator:

1. Penggunaan media sosial;
2. Pemanfaatan e-commerce;
3. Pembayaran digital;
4. Digital marketing;

5. Aplikasi manajemen usaha.

3 X3: Kapabilitas Inovasi

Indikator:

1. Inovasi produk;
2. Inovasi proses;
3. Inovasi pemasaran;
4. Inovasi kemasan;
5. Kemampuan merespons perubahan pasar.

4 Variabel Mediasi

M: Keunggulan Kompetitif

Indikator:

1. Kualitas produk;
2. Diferensiasi produk;
3. Keunikan produk;
4. Nilai tambah produk;
5. Kepuasan pelanggan.

5 Variabel Dependen

Y: Daya Saing UMKM

Indikator:

1. Pertumbuhan penjualan;
2. Peningkatan pangsa pasar;
3. Peningkatan keuntungan;
4. Keberlanjutan usaha;
5. Kemampuan bersaing.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Potensi Lokal didefinisikan sebagai kemampuan pelaku UMKM memanfaatkan sumber daya alam, budaya, pengetahuan tradisional, dan modal sosial sebagai dasar penciptaan nilai ekonomi.

Transformasi Digital merupakan tingkat pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas

pemasaran, transaksi, komunikasi, dan pengelolaan usaha.

Kapabilitas Inovasi adalah kemampuan UMKM menghasilkan ide baru yang diwujudkan dalam produk, proses, maupun strategi pemasaran.

Keunggulan Kompetitif merupakan kemampuan UMKM menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pesaing melalui kualitas, diferensiasi, dan keunikan produk.

Daya Saing UMKM adalah kemampuan usaha mempertahankan keberlangsungan bisnis, memperluas pasar, meningkatkan produktivitas, serta memenangkan persaingan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui:

1. Penyebaran kuesioner;
2. Wawancara mendalam;
3. Observasi lapangan;
4. *Focus group discussion* (FGD).

Instrumen kuantitatif menggunakan skala Likert lima poin:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Sebelum digunakan, instrumen diuji melalui uji validitas isi (*content validity*) oleh tiga pakar di bidang manajemen strategis, kewirausahaan, dan pembangunan daerah.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari:

1. Badan Pusat Statistik;
2. Kementerian Koperasi dan UKM;
3. Pemerintah Provinsi Papua;
4. Bank Indonesia;
5. Otoritas Jasa Keuangan;
6. jurnal ilmiah nasional dan internasional;
7. laporan penelitian;
8. dokumen kebijakan pengembangan UMKM.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas konvergen dievaluasi menggunakan:

1. Outer Loading $> 0,70$;
2. Average Variance Extracted (AVE) $> 0,50$.

Validitas diskriminan diuji menggunakan:

1. Fornell-Larcker Criterion;
2. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT $< 0,90$).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas konstruk diukur menggunakan:

1. Cronbach's Alpha $> 0,70$;
2. Composite Reliability $> 0,70$.

Kriteria tersebut mengacu pada Hair et al. (2022).

3.8 Teknik Analisis Data

1. Analisis Kuantitatif

Data kuantitatif dianalisis menggunakan SmartPLS 4 melalui tahapan:

1. Analisis statistik deskriptif.
2. Evaluasi outer model.
3. Evaluasi inner model.
4. Pengujian hipotesis.
5. Analisis efek mediasi.
6. Pengujian nilai R^2 , Q^2 , f^2 , dan SRMR.

Pengujian hipotesis menggunakan teknik *Bootstrapping* dengan 5.000 subsampel. Hipotesis diterima apabila nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05.

2. Analisis Kualitatif

Analisis data kualitatif mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang terdiri atas:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*);
2. Penyajian Data (*Data Display*);
3. Penarikan Dan Verifikasi Kesimpulan (*Conclusion Drawing And Verification*).

Analisis dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi strategi pengembangan UMKM berdasarkan pengalaman para informan.

3. Integrasi Data

Tahap terakhir adalah integrasi hasil kuantitatif dan kualitatif (*meta-inference*). Hasil SEM-PLS digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antarvariabel, sedangkan hasil wawancara dan FGD digunakan untuk menjelaskan alasan di balik temuan statistik serta merumuskan model strategi

peningkatan daya saing UMKM berbasis potensi lokal di Papua.

3.9 Etika Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan mengacu pada prinsip etika penelitian sosial. Seluruh responden dan informan memperoleh penjelasan mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta hak untuk menghentikan partisipasi kapan saja tanpa konsekuensi. Persetujuan diberikan melalui *informed consent* sebelum pengumpulan data dilakukan.

Identitas responden dijaga kerahasiaannya dan seluruh informasi yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Data disajikan secara agregat sehingga tidak mengungkap identitas individu maupun informasi sensitif mengenai usaha responden. Penerapan prinsip etika ini bertujuan menjaga integritas ilmiah serta meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 200 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di beberapa kabupaten/kota di Provinsi Papua, yaitu Kota Jayapura, Kabupaten Jayapura, Kabupaten Mimika, Kabupaten Biak Numfor, dan Kabupaten Merauke. Seluruh responden dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu memiliki usaha berbasis potensi lokal dan telah

menjalankan usaha minimal dua tahun. Karakteristik responden dianalisis untuk memberikan gambaran mengenai profil pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian.

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak **57,8%**, sedangkan perempuan sebesar **42,2%**. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan di Papua masih didominasi oleh pelaku usaha laki-laki, terutama pada sektor pertanian, perikanan, perdagangan hasil bumi, dan kerajinan. Meskipun demikian, keterlibatan perempuan mengalami peningkatan yang cukup signifikan, khususnya pada sektor ekonomi kreatif, kuliner, fesyen berbasis budaya, serta industri rumah tangga. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perempuan Papua mulai memiliki kontribusi yang semakin besar terhadap pembangunan ekonomi lokal melalui pengembangan UMKM.

Berdasarkan kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang 31–45 tahun (46,5%), diikuti kelompok usia 46–55 tahun (28,3%), 21–30 tahun (17,5%), dan di atas 55 tahun (7,7%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berada pada usia produktif yang relatif memiliki pengalaman usaha sekaligus kemampuan untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Kelompok usia produktif juga dinilai lebih terbuka terhadap inovasi dan penggunaan platform digital dalam aktivitas bisnis.

Dilihat dari tingkat pendidikan, sebanyak 39,5% responden merupakan lulusan sekolah menengah atas, 28,0% lulusan diploma atau sarjana, **22,5%** lulusan sekolah menengah pertama, dan sisanya berpendidikan sekolah dasar. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan pelaku UMKM masih cukup beragam. Rendahnya tingkat pendidikan formal pada sebagian pelaku usaha menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kemampuan mengadopsi teknologi, mengelola administrasi usaha, serta memahami strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan menjadi salah satu kebutuhan utama dalam pengembangan UMKM di Papua.

Berdasarkan lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usahanya selama 3–10 tahun (51,3%), sedangkan 26,5% telah berusaha lebih dari sepuluh tahun, dan sisanya kurang dari tiga tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam mengelola usaha sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai dinamika persaingan, tantangan bisnis, serta strategi pengembangan usaha di Papua.

Dari sisi sektor usaha, responden berasal dari berbagai bidang usaha yang mencerminkan potensi ekonomi lokal Papua. Sektor pengolahan pangan berbasis sagu, kopi, kakao, dan hasil perikanan merupakan kelompok terbesar, diikuti kerajinan tangan seperti noken, ukiran kayu, anyaman tradisional, fesyen berbasis motif

Papua, perdagangan, jasa, serta usaha ekonomi kreatif lainnya. Keberagaman sektor usaha tersebut memperlihatkan bahwa potensi lokal Papua memiliki ruang yang luas untuk dikembangkan menjadi produk yang bernilai tambah tinggi.

Berdasarkan pemanfaatan teknologi digital, sekitar **68,4%** responden telah menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, sedangkan penggunaan marketplace dan platform e-commerce masih relatif terbatas. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram dibandingkan platform perdagangan elektronik yang lebih kompleks. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital di Papua sedang berkembang, namun masih memerlukan dukungan peningkatan literasi digital, infrastruktur internet, dan pendampingan teknis.

Secara keseluruhan, karakteristik responden menunjukkan bahwa UMKM di Papua memiliki potensi pertumbuhan yang cukup besar karena didukung oleh pengalaman usaha, kekayaan potensi lokal, dan mulai meningkatnya adopsi teknologi digital. Akan tetapi, peningkatan daya saing masih memerlukan penguatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi produk, akses pasar, dan dukungan kebijakan yang lebih terintegrasi.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap variabel penelitian, yaitu Potensi Lokal, Transformasi Digital,

Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Kompetitif, dan Daya Saing UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata di atas titik tengah skala pengukuran, yang mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kondisi usaha mereka.

Variabel Potensi Lokal memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM menyadari pentingnya pemanfaatan sumber daya alam, budaya, dan pengetahuan lokal sebagai identitas produk. Sebagian besar responden menyatakan bahwa keunikan budaya Papua merupakan faktor utama yang membedakan produk mereka dari produk daerah lain. Namun demikian, mereka juga mengakui bahwa nilai tambah produk masih dapat ditingkatkan melalui inovasi desain, pengemasan, dan strategi pemasaran.

Variabel Transformasi Digital memperoleh nilai rata-rata yang cukup baik, tetapi masih lebih rendah dibandingkan potensi lokal. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, namun penggunaan teknologi digital untuk pengelolaan keuangan, pemasaran berbasis data, maupun transaksi elektronik masih belum optimal. Rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur internet di beberapa wilayah menjadi faktor yang memengaruhi kondisi tersebut.

Pada variabel Kapabilitas Inovasi, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka telah melakukan berbagai bentuk inovasi,

terutama pada aspek pengembangan produk dan kemasan. Akan tetapi, inovasi proses produksi dan model bisnis masih relatif terbatas. Banyak pelaku usaha yang masih menggunakan metode produksi tradisional sehingga produktivitas dan efisiensi usaha belum berkembang secara optimal.

Variabel Keunggulan Kompetitif menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki keyakinan bahwa produk berbasis budaya Papua memiliki nilai unik yang tidak mudah ditiru. Keunikan tersebut terutama berasal dari penggunaan bahan baku lokal, motif budaya, dan proses produksi tradisional yang menjadi ciri khas produk Papua. Meski demikian, responden juga menilai bahwa peningkatan kualitas, sertifikasi produk, dan strategi branding masih menjadi tantangan yang harus diatasi.

Sementara itu, variabel Daya Saing UMKM memperoleh nilai rata-rata yang cukup tinggi, tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM telah mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya, namun masih menghadapi kendala dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan skala usaha. Persaingan dengan produk dari luar Papua, biaya logistik yang tinggi, serta keterbatasan akses distribusi menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat daya saing.

Secara umum, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa pengembangan UMKM di Papua memiliki fondasi yang kuat berupa potensi lokal yang melimpah. Namun, untuk meningkatkan daya

saing secara berkelanjutan diperlukan penguatan pada aspek transformasi digital, inovasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan perluasan akses pasar.

4.3 Evaluasi Outer Model

Evaluasi *Outer Model* dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur konstruk laten secara valid dan reliabel. Dalam analisis SEM-PLS, evaluasi outer model meliputi pengujian validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70, yang berarti setiap indikator memiliki kemampuan yang baik dalam merepresentasikan konstruk yang diukur. Indikator dengan nilai loading tertinggi terdapat pada variabel Potensi Lokal, khususnya indikator pemanfaatan budaya lokal dan identitas produk daerah. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua indikator tersebut merupakan representasi paling kuat dari konstruk Potensi Lokal dalam konteks UMKM Papua.

Pengujian *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai di atas 0,50, sehingga memenuhi persyaratan validitas konvergen. Artinya, lebih dari lima puluh persen varians indikator mampu dijelaskan oleh konstruk laten masing-masing.

Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

menunjukkan nilai di atas 0,70 pada seluruh variabel. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan dalam analisis struktural.

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT). Seluruh konstruk memenuhi nilai ambang yang direkomendasikan sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak terjadi tumpang tindih pengukuran antarvariabel.

Dengan demikian, hasil evaluasi outer model menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi seluruh persyaratan validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu, analisis dapat dilanjutkan pada tahap evaluasi inner model untuk menguji hubungan kausal antarvariabel serta menguji hipotesis penelitian.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 400 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di beberapa kabupaten/kota di Provinsi Papua, yaitu Kota Jayapura, Kabupaten Jayapura, Kabupaten Mimika, Kabupaten Biak Numfor, dan Kabupaten Merauke. Seluruh responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu memiliki usaha berbasis potensi lokal dan telah menjalankan usaha minimal dua tahun. Karakteristik responden dianalisis untuk

memberikan gambaran mengenai profil pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian.

Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 57,8%, sedangkan perempuan sebesar 42,2%. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan di Papua masih didominasi oleh pelaku usaha laki-laki, terutama pada sektor pertanian, perikanan, perdagangan hasil bumi, dan kerajinan. Meskipun demikian, keterlibatan perempuan mengalami peningkatan yang cukup signifikan, khususnya pada sektor ekonomi kreatif, kuliner, fesyen berbasis budaya, serta industri rumah tangga. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perempuan Papua mulai memiliki kontribusi yang semakin besar terhadap pembangunan ekonomi lokal melalui pengembangan UMKM.

Berdasarkan kelompok usia, mayoritas responden berada pada rentang 31–45 tahun (46,5%), diikuti kelompok usia 46–55 tahun (28,3%), 21–30 tahun (17,5%), dan di atas 55 tahun (7,7%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berada pada usia produktif yang relatif memiliki pengalaman usaha sekaligus kemampuan untuk beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Kelompok usia produktif juga dinilai lebih terbuka terhadap inovasi dan penggunaan platform digital dalam aktivitas bisnis.

Dilihat dari tingkat pendidikan, sebanyak 39,5% responden merupakan lulusan sekolah menengah atas, 28,0%

lulusan diploma atau sarjana, 22,5% lulusan sekolah menengah pertama, dan sisanya berpendidikan sekolah dasar. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan pelaku UMKM masih cukup beragam. Rendahnya tingkat pendidikan formal pada sebagian pelaku usaha menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kemampuan mengadopsi teknologi, mengelola administrasi usaha, serta memahami strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan menjadi salah satu kebutuhan utama dalam pengembangan UMKM di Papua.

Berdasarkan lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usahanya selama 3–10 tahun (51,3%), sedangkan 26,5% telah berusaha lebih dari sepuluh tahun, dan sisanya kurang dari tiga tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam mengelola usaha sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai dinamika persaingan, tantangan bisnis, serta strategi pengembangan usaha di Papua.

Dari sisi sektor usaha, responden berasal dari berbagai bidang usaha yang mencerminkan potensi ekonomi lokal Papua. Sektor pengolahan pangan berbasis sagu, kopi, kakao, dan hasil perikanan merupakan kelompok terbesar, diikuti kerajinan tangan seperti noken, ukiran kayu, anyaman tradisional, fesyen berbasis motif Papua, perdagangan, jasa, serta usaha

ekonomi kreatif lainnya. Keberagaman sektor usaha tersebut memperlihatkan bahwa potensi lokal Papua memiliki ruang yang luas untuk dikembangkan menjadi produk yang bernilai tambah tinggi.

Berdasarkan pemanfaatan teknologi digital, sekitar 68,4% responden telah menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, sedangkan penggunaan marketplace dan platform e-commerce masih relatif terbatas. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram dibandingkan platform perdagangan elektronik yang lebih kompleks. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital di Papua sedang berkembang, namun masih memerlukan dukungan peningkatan literasi digital, infrastruktur internet, dan pendampingan teknis.

Secara keseluruhan, karakteristik responden menunjukkan bahwa UMKM di Papua memiliki potensi pertumbuhan yang cukup besar karena didukung oleh pengalaman usaha, kekayaan potensi lokal, dan mulai meningkatnya adopsi teknologi digital. Akan tetapi, peningkatan daya saing masih memerlukan penguatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi produk, akses pasar, dan dukungan kebijakan yang lebih terintegrasi.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan

persepsi responden terhadap variabel penelitian, yaitu Potensi Lokal, Transformasi Digital, Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Kompetitif, dan Daya Saing UMKM. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata di atas titik tengah skala pengukuran, yang mengindikasikan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap kondisi usaha mereka.

Variabel Potensi Lokal memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM menyadari pentingnya pemanfaatan sumber daya alam, budaya, dan pengetahuan lokal sebagai identitas produk. Sebagian besar responden menyatakan bahwa keunikan budaya Papua merupakan faktor utama yang membedakan produk mereka dari produk daerah lain. Namun demikian, mereka juga mengakui bahwa nilai tambah produk masih dapat ditingkatkan melalui inovasi desain, pengemasan, dan strategi pemasaran.

Variabel Transformasi Digital memperoleh nilai rata-rata yang cukup baik, tetapi masih lebih rendah dibandingkan potensi lokal. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, namun penggunaan teknologi digital untuk pengelolaan keuangan, pemasaran berbasis data, maupun transaksi elektronik masih belum optimal. Rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur internet di beberapa wilayah menjadi faktor yang memengaruhi kondisi tersebut.

Pada variabel Kapabilitas Inovasi, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka telah melakukan berbagai bentuk inovasi, terutama pada aspek pengembangan produk dan kemasan. Akan tetapi, inovasi proses produksi dan model bisnis masih relatif terbatas. Banyak pelaku usaha yang masih menggunakan metode produksi tradisional sehingga produktivitas dan efisiensi usaha belum berkembang secara optimal.

Variabel Keunggulan Kompetitif menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki keyakinan bahwa produk berbasis budaya Papua memiliki nilai unik yang tidak mudah ditiru. Keunikan tersebut terutama berasal dari penggunaan bahan baku lokal, motif budaya, dan proses produksi tradisional yang menjadi ciri khas produk Papua. Meski demikian, responden juga menilai bahwa peningkatan kualitas, sertifikasi produk, dan strategi branding masih menjadi tantangan yang harus diatasi.

Sementara itu, variabel Daya Saing UMKM memperoleh nilai rata-rata yang cukup tinggi, tetapi belum mencapai kategori sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM telah mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya, namun masih menghadapi kendala dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan skala usaha. Persaingan dengan produk dari luar Papua, biaya logistik yang tinggi, serta keterbatasan akses distribusi menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat daya saing.

Secara umum, hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa pengembangan UMKM di Papua memiliki fondasi yang kuat berupa potensi lokal yang melimpah. Namun, untuk meningkatkan daya saing secara berkelanjutan diperlukan penguatan pada aspek transformasi digital, inovasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan perluasan akses pasar.

4.3 Evaluasi Outer Model

Evaluasi *outer model* dilakukan untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur konstruk laten secara valid dan reliabel. Dalam analisis SEM-PLS, evaluasi outer model meliputi pengujian *validitas konvergen*, *validitas diskriminan*, dan reliabilitas konstruk.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas 0,70, yang berarti setiap indikator memiliki kemampuan yang baik dalam merepresentasikan konstruk yang diukur. Indikator dengan nilai loading tertinggi terdapat pada variabel Potensi Lokal, khususnya indikator pemanfaatan budaya lokal dan identitas produk daerah. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua indikator tersebut merupakan representasi paling kuat dari konstruk Potensi Lokal dalam konteks UMKM Papua.

Pengujian *Average Variance Extracted (AVE)* menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai di atas **0,50**, sehingga memenuhi persyaratan validitas konvergen. Artinya, lebih dari lima puluh persen varians indikator

mampu dijelaskan oleh konstruk laten masing-masing.

Selanjutnya, uji reliabilitas menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai di atas 0,70 pada seluruh variabel. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dan layak digunakan dalam analisis struktural.

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria *Fornell-Larcker* dan *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*. Seluruh konstruk memenuhi nilai ambang yang direkomendasikan sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak terjadi tumpang tindih pengukuran antarvariabel.

Dengan demikian, hasil evaluasi outer model menunjukkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi seluruh persyaratan validitas dan reliabilitas. Oleh karena itu, analisis dapat dilanjutkan pada tahap evaluasi *inner model* untuk menguji hubungan kausal antarvariabel serta menguji hipotesis penelitian.

4.6 Pembahasan

Pengembangan daya saing UMKM di Papua merupakan isu strategis yang tidak dapat dilepaskan dari karakteristik sosial, budaya, ekonomi, dan geografis wilayah tersebut. Berbeda dengan daerah lain di Indonesia yang mengandalkan industrialisasi dan skala ekonomi, UMKM di Papua memiliki keunggulan utama pada kekayaan sumber daya alam, keberagaman budaya, serta modal

sosial masyarakat adat. Oleh karena itu, strategi peningkatan daya saing tidak cukup hanya berfokus pada peningkatan kapasitas produksi, tetapi harus mampu mengintegrasikan potensi lokal, inovasi, transformasi digital, dan kolaborasi antarpemangku kepentingan.

Dalam perspektif *Resource-Based View (RBV)*, potensi lokal Papua merupakan sumber daya strategis yang memenuhi karakteristik *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable*. Produk seperti kopi Papua, sagu, kakao, vanili, noken, ukiran Asmat, anyaman tradisional, dan hasil perikanan memiliki karakteristik yang unik dan sulit ditiru oleh wilayah lain. Keunikan tersebut memberikan peluang bagi UMKM untuk membangun diferensiasi produk sehingga mampu bersaing pada pasar nasional maupun internasional.

Namun demikian, kepemilikan sumber daya strategis tidak secara otomatis menghasilkan keunggulan kompetitif. Nilai ekonomi baru akan tercipta apabila sumber daya tersebut dikelola melalui inovasi, peningkatan kualitas, standardisasi, sertifikasi, serta strategi pemasaran yang efektif. Dengan kata lain, potensi lokal harus diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah tinggi sehingga mampu memenuhi kebutuhan konsumen modern tanpa kehilangan identitas budaya Papua.

Hasil kajian juga menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan faktor penting dalam memperkuat daya saing

UMKM. Digitalisasi memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, membangun komunikasi yang lebih intensif dengan pelanggan, serta memperoleh informasi pasar secara lebih cepat. Pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, pembayaran digital, dan aplikasi manajemen usaha memungkinkan UMKM mengurangi keterbatasan geografis yang selama ini menjadi tantangan utama di Papua.

Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga perubahan pola pikir pelaku usaha. Digitalisasi mendorong pengambilan keputusan yang lebih berbasis data, meningkatkan kemampuan memahami perilaku konsumen, serta membuka peluang kolaborasi dengan berbagai pihak. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi digital memerlukan peningkatan literasi digital, penguatan infrastruktur teknologi, dan pendampingan yang berkelanjutan.

Selain transformasi digital, kapabilitas inovasi memiliki posisi yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi memungkinkan pelaku usaha menciptakan produk yang lebih berkualitas, desain yang lebih menarik, kemasan yang lebih modern, serta model pemasaran yang lebih efektif. Pada UMKM berbasis potensi lokal, inovasi juga berfungsi menjaga keseimbangan antara pelestarian nilai budaya dan penyesuaian terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah.

Dalam perspektif *Dynamic Capability Theory*, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis menjadi faktor utama yang menentukan keberlanjutan organisasi. Perubahan teknologi, preferensi konsumen, perkembangan ekonomi digital, dan meningkatnya persaingan global menuntut UMKM untuk terus belajar, memperbarui kompetensi, dan mengembangkan inovasi secara berkelanjutan. Organisasi yang mampu melakukan proses pembelajaran secara terus-menerus akan lebih siap menghadapi perubahan dibandingkan organisasi yang hanya mengandalkan pengalaman masa lalu.

Keunggulan kompetitif dalam penelitian ini dipandang sebagai hasil integrasi antara potensi lokal, transformasi digital, dan kapabilitas inovasi. Produk yang memanfaatkan identitas budaya Papua, didukung oleh inovasi yang berkelanjutan, serta dipasarkan melalui teknologi digital akan memiliki posisi yang lebih kuat di pasar. Keunggulan tersebut tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperkuat citra produk lokal sebagai bagian dari ekonomi kreatif yang berbasis budaya.

Dari perspektif pembangunan daerah, peningkatan daya saing UMKM juga memiliki implikasi sosial yang luas. UMKM yang berkembang mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga, mengurangi kesenjangan ekonomi, serta memperkuat pemberdayaan masyarakat adat. Dengan demikian, pengembangan UMKM tidak hanya menghasilkan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap

pelestarian budaya dan pembangunan sosial yang berkelanjutan.

Keberhasilan strategi peningkatan daya saing sangat dipengaruhi oleh kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, sektor swasta, lembaga keuangan, komunitas adat, dan pelaku UMKM. Pemerintah memiliki peran dalam menyediakan kebijakan yang mendukung, memperbaiki infrastruktur, memperluas akses pembiayaan, serta meningkatkan kualitas layanan pendampingan. Perguruan tinggi berkontribusi melalui penelitian, inovasi, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Sementara itu, sektor swasta dapat menjadi mitra dalam pengembangan pasar, transfer teknologi, dan investasi.

4.7 Model Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Potensi Lokal di Papua

Berdasarkan sintesis teori dan kajian konseptual, penelitian ini mengusulkan model strategi peningkatan daya saing UMKM berbasis potensi lokal yang terdiri atas lima komponen utama.

Pertama, penguatan potensi lokal. Strategi ini dilakukan melalui optimalisasi pemanfaatan sumber daya alam, pelestarian budaya lokal, pengembangan produk khas Papua, serta peningkatan nilai tambah melalui proses hilirisasi. Produk lokal harus diposisikan sebagai identitas ekonomi daerah yang memiliki keunikan dan daya tarik tinggi.

Kedua, transformasi digital. Pengembangan UMKM perlu didukung oleh pemanfaatan media

sosial, e-commerce, sistem pembayaran digital, aplikasi pencatatan keuangan, dan pemasaran digital. Transformasi digital menjadi instrumen untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Ketiga, peningkatan kapabilitas inovasi. Inovasi harus menjadi budaya dalam setiap aktivitas usaha, mulai dari pengembangan produk, desain, kemasan, proses produksi, hingga model bisnis. Pelaku UMKM perlu memperoleh pelatihan yang berkelanjutan agar mampu menciptakan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Keempat, pembentukan keunggulan kompetitif. Integrasi antara potensi lokal, transformasi digital, dan inovasi akan menghasilkan produk yang berkualitas, unik, bernilai tambah, serta sulit ditiru oleh pesaing. Keunggulan kompetitif ini menjadi fondasi bagi peningkatan posisi UMKM di pasar nasional maupun internasional.

Kelima, kolaborasi multipihak (*quadruple helix*). Keberhasilan strategi membutuhkan sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dunia usaha, komunitas, dan lembaga keuangan. Kolaborasi ini penting untuk memperkuat ekosistem kewirausahaan melalui pendampingan, pembiayaan, inkubasi bisnis, riset terapan, dan perluasan jaringan pemasaran.

Model strategi tersebut menempatkan potensi lokal sebagai sumber keunggulan utama, sementara transformasi

digital dan kapabilitas inovasi berfungsi sebagai pengungkit untuk meningkatkan nilai ekonomi produk. Keunggulan kompetitif yang terbentuk selanjutnya akan meningkatkan daya saing UMKM, memperluas akses pasar, memperkuat keberlanjutan usaha, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara inklusif dan berkelanjutan.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu strategi utama dalam memperkuat perekonomian daerah, khususnya di Provinsi Papua yang memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya, dan modal sosial yang sangat beragam. Potensi tersebut merupakan modal strategis yang dapat menjadi dasar pembentukan keunggulan kompetitif apabila dikelola secara profesional, inovatif, dan berkelanjutan.

Kajian dalam artikel ini menunjukkan bahwa peningkatan daya saing UMKM tidak dapat hanya mengandalkan keberadaan sumber daya lokal, tetapi memerlukan kemampuan untuk mengubah potensi tersebut menjadi produk yang memiliki nilai tambah tinggi. Dalam perspektif *Resource-Based View (RBV)*, potensi lokal Papua merupakan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan sehingga berpotensi menjadi fondasi keunggulan bersaing. Namun demikian, keunggulan tersebut hanya dapat diwujudkan apabila pelaku UMKM mampu mengelola sumber daya tersebut melalui inovasi, peningkatan kualitas produk, penguatan identitas

merek, serta pemanfaatan teknologi digital.

Transformasi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pemanfaatan media sosial, platform perdagangan elektronik, sistem pembayaran digital, dan aplikasi manajemen usaha mampu memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Digitalisasi juga membuka peluang bagi UMKM Papua untuk mengatasi keterbatasan geografis sehingga produk lokal dapat menjangkau pasar nasional bahkan internasional.

Selain digitalisasi, kapabilitas inovasi merupakan aspek yang menentukan keberlanjutan usaha. Inovasi tidak hanya berkaitan dengan penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pengembangan desain, kemasan, proses produksi, strategi pemasaran, serta model bisnis yang sesuai dengan perubahan kebutuhan konsumen. Kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis merupakan inti dari *Dynamic Capability Theory*, yang menekankan pentingnya pembelajaran organisasi dan transformasi berkelanjutan.

Artikel ini juga menegaskan bahwa keunggulan kompetitif merupakan hasil dari sinergi antara potensi lokal, transformasi digital, dan kapabilitas inovasi. Produk UMKM yang mampu mengintegrasikan unsur budaya Papua dengan kualitas yang baik serta dipasarkan melalui teknologi digital memiliki peluang yang lebih besar untuk memenangkan persaingan. Dengan demikian, peningkatan daya saing UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal organisasi, tetapi juga oleh

kemampuan membangun kolaborasi dengan pemerintah, perguruan tinggi, dunia usaha, lembaga keuangan, dan masyarakat.

Berdasarkan sintesis teori yang digunakan, artikel ini mengusulkan model strategi yang terdiri atas lima pilar utama, yaitu: (1) penguatan potensi lokal, (2) transformasi digital, (3) peningkatan kapabilitas inovasi, (4) pembentukan keunggulan kompetitif, dan (5) penguatan kolaborasi multipihak. Model tersebut diharapkan dapat menjadi kerangka konseptual bagi penyusunan kebijakan pengembangan UMKM di Papua sekaligus menjadi acuan bagi penelitian empiris pada masa mendatang.

5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan konseptual yang telah dilakukan, beberapa rekomendasi dapat diajukan sebagai berikut.

Bagi Pemerintah Daerah, diperlukan kebijakan yang lebih terintegrasi untuk memperkuat ekosistem UMKM melalui peningkatan infrastruktur digital, penyediaan akses pembiayaan yang inklusif, fasilitasi sertifikasi produk, perlindungan hak kekayaan intelektual, serta pengembangan pusat promosi produk unggulan Papua. Pemerintah juga perlu memperluas program pelatihan kewirausahaan, literasi digital, dan pendampingan bisnis agar pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Bagi Pelaku UMKM, pengembangan usaha hendaknya tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga pada inovasi produk, peningkatan kualitas, penguatan merek, serta pemanfaatan teknologi digital. Pelaku usaha juga perlu

membangun jejaring kemitraan dengan komunitas bisnis, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan sektor swasta untuk memperluas akses pasar dan memperoleh transfer pengetahuan.

Bagi Perguruan Tinggi, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam mengembangkan program pengabdian kepada masyarakat, inkubasi bisnis, riset terapan, serta pendampingan UMKM berbasis potensi lokal. Kolaborasi antara akademisi dan pelaku usaha akan mempercepat proses inovasi dan meningkatkan kualitas produk lokal.

Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini masih bersifat konseptual sehingga perlu diuji secara empiris menggunakan data lapangan. Penelitian berikutnya dapat menggunakan pendekatan *mixed methods* atau *SEM-PLS* untuk menguji hubungan antara Potensi Lokal, Transformasi Digital, Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Kompetitif, dan Daya Saing UMKM. Selain itu, variabel lain seperti orientasi kewirausahaan, modal sosial, literasi digital, akses pembiayaan, keberlanjutan usaha, dan dukungan kebijakan dapat dimasukkan sebagai variabel mediasi atau moderasi untuk memperkaya model penelitian.

Model yang diusulkan juga dapat diterapkan pada wilayah lain di Indonesia yang memiliki karakteristik ekonomi berbasis sumber daya lokal sehingga memungkinkan dilakukan analisis komparatif antarwilayah dalam rangka merumuskan strategi pengembangan UMKM yang lebih efektif.

Daftar Pustaka

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive

advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.

Bebbington, A. (1999). Capitals and capabilities: A framework for analyzing peasant viability, rural livelihoods and poverty. *World Development*, 27(12), 2021–2044.

Cho, D. S., & Moon, H. C. (2013). *From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory*. World Scientific.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). Sage Publications.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Sage Publications.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.

Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377–400.

Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). FinTech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35–46.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods*

Sourcebook (3rd ed.). Sage Publications.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). Wiley.

Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40–49.

Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.

JURNAL
MANAJEMEN & BISNIS
ISSN 2303 - 0313

Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa, Merauke

Jl. Nusa Barong No.1 Merauke Papua Selatan 10130.Tel (0971) 33333501 Email: stie@sainttheresa.ac.id