

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING UKM KERAJINAN DI KABUPATEN PURWOREJO**

Rahmawati

(wrahma021@gmail.com)

Wijayanti, S.E., M.Sc

Esti Margiyanti Utami, S.E., M.Si

Universitas Muhammadiyah Purworejo

ABSTRAK

Dengan semakin pesatnya pertumbuhan industri mendorong para pengusaha industri terutama usaha, kecil dan menengah (UKM) untuk menciptakan produk yang semakin kompetitif dan inovatif. Untuk mampu bertahan dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan dan kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat, para pelaku usaha, kecil dan menengah (UKM) diperlukan strategi yaitu meningkatkan inovasi dan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada usaha, kecil dan menengah (UKM) Kerajinan di Kabupaten Purworejo. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha, kecil dan menengah (UKM) Kerajinan yang tercatat di Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan (DinkUKMP) Kabupaten Purworejo. Sampel penelitian ini berjumlah 101 responden. Pengambilan sampel mengacu pada teori Roscoe dengan ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Instrumen pengumpulan data menggunakan angket kuesioner dengan skala Likert yang masing-masing telah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 24 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: Inovasi Produk, Kualitas Poduk, dan Keunggulan Bersaing

A. PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 merupakan era perkembangan teknologi digital menjadi kunci dari pertumbuhan ekonomi. Perkembangan teknologi digital akan memudahkan para pelaku bisnis terutama pelaku UKM yaitu dapat menekan biaya promosi dan biaya pemasaran sampai ke luar negeri (Kompas, 2019). Usaha, Kecil, dan Menengah (UKM) merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat, dengan entitas yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000 tidak termasuk tanah dan tempat usaha (UU No. 20 Tahun 2008 pasal 6 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada 31 Agustus 2020 terdapat 64.2 juta UMKM dan UKM yang ada di Indonesia dan memperkerjakan 117.978.631 tenaga kerja (Badan Pusat Statistik 2020). Sehingga UKM di Indonesia memiliki kontribusi atau peranan cukup besar, yaitu: perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja; Pembentukan Domestik Bruto (PDB); dan penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif (www.kompas.com). Berdasarkan data Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (Akumindo) pada 2019, kontribusi UKM terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia mencapai 65 persen atau sekitar Rp. 2.394,5 triliun (Kompas, 2020).

UKM memang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam berbagai aspek untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Akan tetapi, kegiatan yang dilakukan Usaha, Kecil dan Menengah (UKM) ini bukan berarti tanpa kendala. Dengan terus bertumbuhnya jumlah UKM ini tentunya juga meningkatkan jumlah pesaing yang secara langsung mengakibatkan semakin ketatnya pesaing dalam berbagai sektor UKM terutama di Kabupaten Purworejo.

Kabupaten Purworejo memiliki banyak potensi ekonomi dan pelaku UKM diberbagai bidang industri. Pertumbuhan Usaha, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purworejo menunjukkan tren positif. Jumlah UKM di daerah ini terus mengalami peningkatan sebesar 22 ribu UKM pada Agustus 2020. Kepala Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan (DINKUKMP) Purworejo Bambang Susilo

mengatakan “Dengan terus meningkatnya jumlah UKM diperlukan adanya strategi dalam memenangkan persaingan” (PurworejoneWS, 2020). Hal itu diyakini akan menjadi indikator pertumbuhan ekonomi di sektor mikro. Banyak sekali UKM baru yang bermunculan di Purworejo. Termasuk UKM yang berbasis pada industri-industri kreatif seperti *handycraft*, kerajinan batik, produk-produk pengolahan pangan (SuaraMerdeka.com). Pertumbuhan UKM yang positif menyebabkan persaingan antar pelaku ekonomi saat ini menjadi sangat ketat. Hal tersebut perlu menjadi perhatian lebih bagi UKM di Purworejo untuk bisa memiliki ataupun meningkatkan daya saing yang kuat dalam menghadapi persaingan yang ketat (KRJogja.com).

Menurut Porter (2002:14), keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan bagi pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang pembeli bersedia bayar dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing atas manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik yang lebih daripada sekadar mengimbangi harga yang lebih tinggi.

Untuk mencapai keunggulan bersaing, perusahaan harus melakukan inovasi produk dengan melihat peluang pasar (Porter, 2008:179). Hajar (2019:150) menyatakan bahwa inovasi produk adalah pengembangan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya atau memiliki atribut yang tinggi terhadap produk yang sudah ada. Kemampuan untuk mengembangkan produk atau proses baru yang inovatif dapat memberi perusahaan keunggulan bersaing yang memungkinkan untuk: (1) membedakan produknya atas pesaing, (2) menurunkan struktur biaya di bawah pesaingnya. Oleh karena itu, mempertahankan keunggulan bersaing memerlukan komitmen berkelanjutan terhadap inovasi. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya (Curatman, 2016).

Selain inovasi produk, keberhasilan perusahaan dalam persaingan sangat ditentukan oleh tingkat kualitas produk yang dihasilkan dan di pasarkan, yang memengaruhi produk di pasar (Assauri, 2017:363). Menurut Dhewanto (2015:109) kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan

fungsi-fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian dari produk yang dihasilkan.

Permasalahan umum pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kerajinan di Purworejo yang melatarbelakangi penelitian ini adalah terus meningkatnya jumlah UKM Kerajinan di Purworejo dan mengalami kesulitan pemasaran yang mengakibatkan sulitnya untuk memenangkan persaingan. Heny Sudyati Kepala Bidang Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja (Dinperinaker) Kabupaten Purworejo, mengatakan “perajin perlu peningkatan inovasi dan kreativitas serta kualitas kerajinan, agar produk Kabupaten Purworejo dapat bersaing dengan produk lainnya” (ungarannews.com, 2020).

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing UKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing?

C. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

1. Kajian Teori

a. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (Porter, 2008 dalam Darmanto, 2015:67). Keunggulan bersaing pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan bagi pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang pembeli bersedia bayar, dan nilai yang unggul berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing atas manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik yang lebih daripada sekadar mengimbangi harga yang lebih tinggi (Porter, 2002:14).

b. Inovasi Produk

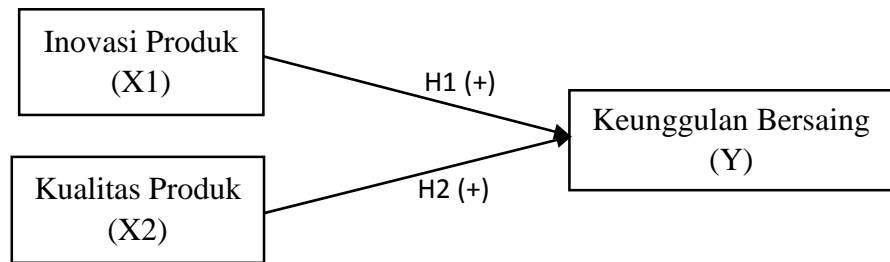
Inovasi produk diartikan sebagai proses dan/atau hasil pengembangan pemanfaatan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (Darmanto, 2015:21). Menurut Manual (dalam Reniati, 2013:36), inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa yang baru atau meningkat secara signifikan sehubungan dengan karakteristik atau kegunaannya. Inovasi produk sebagai jalan keluar dan solusi bagi pelaku usaha kecil dan mikro dinilai menjadi hal yang paling efektif bagi para pelaku usaha kecil dan mikro dalam menghadapi persaingan pasar (Dhewanto, 2015:124).

Perusahaan yang melakukan inovasi secara terus menerus akan mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Pada akhirnya dengan strategi inovasi akan memunculkan keunikan produk yang sulit ditiru pesaing (Reniati, 2013:5).

c. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang menghasilkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2012:131). Menurut Assauri (2017:361) bahwa produk merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, di samping harga dan jangkauan distribusinya. Oleh karena itu setiap perusahaan berupaya untuk mengembangkan produknya, agar dapat mampu bersaing dengan produk-produk saingannya di pasar. Unsur yang terpenting dalam produk adalah mutu/kualitas.

2. Kerangka Pikir



Gambar 1
Kerangka Pikir

Keterangan :

→ : Pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat

D. HIPOTESIS

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Porter (2008:179) menyatakan bahwa dengan adanya inovasi produk didalam sebuah perusahaan maka akan membuat sebuah perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing. Inovasi produk sebagai jalan keluar dan solusi bagi pelaku usaha kecil dan mikro dinilai menjadi hal yang paling efektif bagi para pelaku usaha kecil dan mikro dalam menghadapi persaingan pasar (Dhewanto, 2015:124).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dismawan (2013) menunjukkan bahwa inovasi produk baik secara simulta maupun secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan arah hubungan yang positif dan dalam kategori yang kuat, yang menunjukkan bahwa inovasi produk yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan keunggulan bersaing yang tinggi.

H1 : Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Assauri (2017:361) menyatakan bahwa produk merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, di samping harga dan jangkauan distribusinya. Oleh karena itu setiap perusahaan berupaya untuk mengembangkan produknya, agar dapat mampu bersaing dengan produk-produk saingannya di pasar. Unsur yang terpenting dalam produk adalah mutu/kualitas.

Kualitas adalah senjata kompetitif di pasar (Lee, 2000). Keberhasilan perusahaan dalam persaingan sangat ditentukan oleh tingkat kualitas produk yang dihasilkan dan dipasarkan, yang memengaruhi posisi produk di pasar (Assauri, 2017:363). Setiap perusahaan dalam meningkatkan posisi produknya dalam persaingan, harus dapat memanfaatkan peluang yang terdapat dalam keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif yang diperoleh tercermin dalam kemampuan kualitas produk yang dihasilkan dan tingkat biaya yang relatif rendah, serta dapat memenuhi waktu delivery yang telah dijanjikan (Assauri, 2017:368).

Hasil penelitian Singh (2013) menyatakan bahwa dalam persaingan kualitas produk dunia saat ini adalah strategi yang paling penting. Kualitas produk adalah sinyal yang terlihat dari komitmen perusahaan terhadap kualitas.

H2 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing.

E. METODE PENELITIAN

1. Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (Porter, 2008 dalam Dharmanto, 2015:67). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel keunggulan bersaing adalah (Ana et al., 2011 dalam Darmanto, 2015:75) :

- 1) Keunggulan produk
- 2) Harga jual
- 3) Biaya produksi
- 4) Kemampuan aset
- 5) Kemampuan skill dan kapasitas

b. Variabel Inovasi Produk

Inovasi produk diartikan sebagai proses dan/atau hasil pengembangan pemanfaatan pengetahuan, keterampilan dan

pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (Darmanto et al., 2019:21). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel inovasi produk adalah (Kirca, Jayachandran dan Berden, 2005; Jhonson et al., 2009 dalam Darmanto et al., 2015: 32) :

- 1) Sering tidaknya perusahaan mengenalkan produk baru
- 2) Proses produksi baru
- 3) Bahan baku

c. Variabel Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012:131), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang menghasilkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk adalah (Tjiptono, 1997 dalam Firmansyah, 2019) :

- 1) Kinerja (*performnce*)
- 2) Keistimewaan tambahan (*features*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)
- 5) Daya tahan (*durability*)
- 6) Estetika (*asthetic*)

2. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018: 51). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* ($df = n-2$) (dalam hal ini n adalah jumlah sampel). Pengujian validitas instrumen akan dilakukan dengan korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson. Jika r hitung > r tabel berarti item valid, sebaliknya jika r hitung < r tabel, maka item tidak valid (Ghozali, 2018: 51). Uji validitas menggunakan alat bantu SPSS versi 24.0 *for windows*.

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa variabel inovasi produk (X1), kualitas produk (X2) dan keunggulan bersaing (Y) diperoleh nilai koefisien korelasi per item pernyataan bernilai positif dan lebih dari 0,3 sehingga butir pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan valid dalam mengukur variabel penelitian. Artinya bahwa butir pernyataan dalam kuesioner dapat mengukur variabel inovasi produk (X1), kualitas produk (X2) dan keunggulan bersaing (Y) dengan tepat. Oleh karena itu, keseluruhan butir dapat digunakan untuk mengukur data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur indikator atau pernyataan pada kuesioner dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018: 45). Menurut Nunnally dalam Ghozali (2018: 46), uji reliabilitas ini diukur menggunakan *cronbach alpha*. Jika nilai α (*cronbach alpha*) $< 0,7$ maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Dari hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa variabel inovasi produk (X1), kualitas produk (X2) dan keunggulan bersaing (Y) mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut adalah reliabel. Artinya butir pernyataan dalam kuesioner penelitian dalam mengukur konstruk atau variabel penelitian inovasi produk (X1), kualitas produk (X2), dan keunggulan bersaing (Y), sehingga dapat digunakan untuk mengukur data selanjutnya.

F. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Hipotesis

a. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	<i>Standardized Coefficient Beta</i>	<i>p-value (sig)</i>	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,454	0,000	Positif dan Signifikan
Kualitas Produk (X2)	0,188	0,039	Positif dan Signifikan

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1, model persamaan regresi linear berganda yang dapat dituliskan dari pengujian tersebut adalah:

$$Y = 0,454X_1 + 0,188X_2$$

Dengan interpretasi sebagai berikut:

- 1) $b_1 = 0,454$ artinya variabel inovasi produk (X1) mempunyai nilai koefisien regresi yang positif. Hasil ini menunjukkan variabel inovasi produk berpengaruh positif terhadap variabel keunggulan bersaing (Y). Artinya semakin tinggi inovasi produk, maka akan meningkatkan keunggulan bersaing (Y).
- 2) $b_2 = 0,188$ artinya variabel kualitas produk (X2) mempunyai nilai koefisien regresi yang positif. Hasil ini menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap variabel keunggulan bersaing (Y). Artinya semakin tinggi kualitas produk, maka akan meningkatkan keunggulan bersaing (Y).

b. Hasil Uji Signifikasi

Syarat variabel dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan apabila nilai *p-value* < 0,05. Berdasarkan tabel 6 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) Nilai signifikansi dalam penelitian ini sebesar 0,000 (<0,05), maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dapat diterima.

2) Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) Nilai signifikansi dalam penelitian ini sebesar 0,039 ($<0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu kualitas produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dapat diterima.

2. Pembahasan

a. H1 : Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel inovasi produk sebesar 0,454 (bernilai positif) dengan nilai signifikansi 0,000 ($p\text{-value} < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian yaitu inovasi produk (X1) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing (Y) diterima.

Diterimanya hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya inovasi produk menjadi penting bagi pelaku UKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo karena memiliki tingkat inovasi produk yang tinggi maka UKM Kerajinan mampu mencapai target tujuannya yaitu mencapai keunggulan bersaing. Artinya, para pelaku usaha melakukan inovasi produk terhadap produk mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghadapi para pesaingnya. Dalam jangka panjang keberlanjutan keunggulan bersaing para pelaku usaha ini tercermin dari kemampuan mereka mempertahankan pangsa pasar melalui produk inovatif yang mereka buat terhadap produk pengikut yang diluncurkan oleh pesaing.

Terbuktinya hipotesis pertama pada penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dismawan (2013), Curatman et al, (2016), Herman et al, (2018), yang menyimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

b. H2 : kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,188X2 (bernilai positif) dengan nilai signifikansi 0,039 (*p-value* < 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) yang diajukan dalam penelitian yaitu kualitas produk (X2) berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing (Y) diterima.

Diterimanya hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diterapkan oleh pelaku UKM Kerajinan di Kabupaten Purworejo akan meningkatkan keunggulan bersaing. Artinya, para pelaku usaha menciptakan kualitas produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Semakin baik kualitas yang ada dalam suatu produk maka pelanggan akan semakin meningkat. Hal tersebut dapat memberikan pengaruh dan menjadi strategi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Terbuktinya hipotesis kedua pada penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kroll et al, (1999), Lakhali (2009), Sagita (2013) yang menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

G. SIMPULAN

1. Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi 2008*. Jakarta : Fakultas Ekonomi UI.

- Curatman, Aang., Rahmadi., Maulany, Soesanty., Ikhsani, Mujib. 2016. Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika, Vol XVIII, No 3*. Universitas Swadaya Gunung Jati.
- Darmanto., Sri Wardaya, FX., Dwiyani, Titik. 2015. *Bauran Orientasi Strategi dan Kinerja Organisasi Penerapan Variabel Anteseden, Moderasi dan Mediasi dalam Penelitian Ilmiah*, Edisi 1. Yogyakarta : DEEPUBLISH.
- Dhewanto, Wawan., Indradewa, Rhian., Ulfah, Wardah Naili., Yoshanti, Ghita., Zendry, Christian. 2015. *Manajemen Inovasi untuk Usaha Kecil & Mikro*. Bandung : Alfabeta. Program IBM SPSS19. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Dismawan, Rangga. 2013. *Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes pada Toko Kue Soes Merdeka di Jalan Merdeka No. 25 Bandung*. Jurnal Manajemen Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Miltivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang : Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Hajar, Ibnu. 2019. *Manajemen Strategik Konsep Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta : ANDI.
- Herman, Hendri., Hady, Hamdy., Arafah, Willy. 2018. *The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small an Medium Enterprises (UKM) Performance. International Journal of Science and Engineering Invention*. ISSN: 2455-4286.
- Kotler and Keller. 2012. *Marketing Management, Edisi 14*. Person Education, Inc., publishing as Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey 07458.
- Kroll, Mark., Wright, Peter., Heiens, A. Richard. 1999. *The Contribution of Product Quality to Competitive Advantage: Impacts on Systematic Variance and Unexplained Variance in Returns. Strategic Management Journal*.
- Lakhal, L. 2009. *Impact of Quality on Competitive Advantage and Organizational Performance. Journal of the Operational Research Society, 637-645*.
- Lee, Choong. 2000. *Quality Management and Manufacturing Strategis in China. International Journal of Quality & Reliability Management, Vol. 17 No. 8, 2000, pp 878-898*.

Porter, Michael E. 2002. *Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Tangerang Selatan : Karisma Publishing Group.

Porter, Michael E. 2008. *On Competition : Updated and Expanded Edition*. A Harvard Business Review.

Reniaty. 2013. *Kreativitas Organisasi & Inovasi Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sagita, Aan., Mansur, Muhammad., Slamet, Afi Rahmat. 2013. Pengaruh Desain dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada UMKM Kerajinan Keramik Dinoyo Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*.

Singh, Meera. 2013. *Product Quality for Competitive Advantage In Marketing*. *Intrnational Journal of Business and Management Invention*. ISSN (Online): 2319-8028, ISSN (Print): 2319-801X.

Suhartini. (2017). Jumlah UMKM Meningkat. *SuaraMerdeka.com*. Kamis 26 Oktober 2017. <https://www.suaramerdeka.com/smcetak/baca/44178/jumlah-umkm-meningkat> diakses pada 22 Oktober 2020 pukul 12:45.

<https://biz.kompas.com/read/2019/04/24/193853228> diakses pada tanggal 1 April 2020

<https://amp.kompas.com/money/read/2020/03/07/060300226/jadi-penopang-ekonomi-umkm-harus-diberdayakan> diakses pada tanggal 23 November 2020.

<https://www.kompas.com/skola/read/> diakses pada tanggal 23 November 2020.

<https://purworejonews.com/berita/> diakses pada tanggal 2 Desember 2020.

<https://:ungarannews.com> diakses pada 23 Desember 2020.