

Analisis Strategi Inovasi dan Keunikan Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Haura Ananda Putri, R. Deni Muhammad Danial, Faizal Mulia Z.

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

hauraanndptr29@ummi.ac.id, faizal_88@ummi.ac.id, rdmdanial043@ummi.ac.id

ABSTRACT

The development of time and technology has an impact on human life, especially in today's business world. Business growth in the culinary sector such as cafes and restaurants. In the city of Sukabumi, the growth of this type of catering business is quite high. The growing business in the culinary world will lead to increasingly fierce competition, with a variety of increasingly diverse food and beverage menus that can offer new product innovations in unique types and flavors as well as services and good facilities. The aim of this study was to determine the impact of the company's innovation strategy and product uniqueness on increasing competitive advantage. The research method used is a quantitative method with a descriptive and initiative approach. The sampling method used in this study was non-probability sampling with a saturated sampling method where 50 café and restaurant owners in Cikole District, Sukabumi City were selected as respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results of the study based on the simultaneous test (F-test) and partial test (T-test) show that innovation strategy and product uniqueness have a significant effect on increasing competitive advantage. The results of the correlation test with SPSS version 25 show that the innovation strategy and product uniqueness have a value of 0.880 in increasing competitive advantage, which means that these results have a "very good" influence and a positive relationship. The results of the test of determination with innovation strategy and product uniqueness in increasing competitive advantage are 77.5%, while the remaining 22.5% is due to the influence of other factors outside this study.

Keywords: *innovation strategy, product uniqueness, competitive advantage.*

ABSTRAK

Perkembangan zaman dan teknologi berdampak terhadap kehidupan manusia, khususnya pada dunia bisnis saat ini. Pertumbuhan bisnis di bidang kuliner seperti *coffee shop* dan resto. Di Kota Sukabumi memiliki pertumbuhan jenis usaha kuliner yang cukup tinggi. Semakin berkembangnya bisnis di dunia kuliner akan menyebabkan persaingan yang semakin ketat, dengan berbagai menu makanan dan minuman yang semakin variatif yang dapat memunculkan inovasi produk yang baru dalam Jenis dan cita rasa yang unik, serta pelayanannya dan fasilitas yang baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Strategi Inovasi dan Keunikan Produk perusahaan dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode sampling jenuh dengan ukuran sampel 50 pemilik café dan resto di Kecamatan Cikole Kota Sukabumi sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian berdasarkan uji simultan (Uji F) dan uji parsial (Uji T) menunjukan Strategi

Inovasi dan Keunikan Produk dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil uji korelasi menggunakan SPSS versi 25 menunjukkan Strategi Inovasi dan Keunikan Produk dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 0,880 yang artinya hasil ini menunjukkan pengaruh yang “sangat baik” dan menunjukkan hubungan yang positif. Hasil uji determinasi menggunakan Strategi Inovasi dan Keunikan Produk dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing sebesar 77,5% sedangkan sisanya 22,5% merupakan pengaruh dari faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Keunikan Produk, Keunggulan Bersaing.

PENDAHULUAN

Kota Sukabumi merupakan kota jasa dan perdagangan sehingga banyak masyarakat memanfaatkan kesempatan ini untuk berwirausaha. Dinas koperasi UKM, perdagangan dan perindustrian Kota Sukabumi, Jawa Barat dalam *website*-nya menjelaskan ada sekitar 18 ribu pelaku usaha UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha. Dalam jurnal yang ditulis oleh (Ulhaq et al., n.d.).

Di Kota Sukabumi memiliki pertumbuhan jenis usaha kuliner yang tinggi. Semakin berkembangnya pertumbuhan industri kuliner di Kota Sukabumi dapat menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Makanan adalah kebutuhan primer manusia yang biasa dikenal sandang, pangan dan papan. Setelah kebutuhan ini harus terpenuhi untuk keberlangsungan hidup. setelah keberlangsungan hidup telah terpenuhi maka manusia akan memikirkan kebutuhan lainnya.(Ulhaq et al., n.d.) Di Kota Sukabumi banyak bermunculan usaha-usaha baru yang memiliki konsep lebih modern, menarik mudah diakses dan populer. Dalam kondisi ini menyebabkan persaingan bisnis di berbagai bidang kuliner semakin meningkat.

Tabel 1. Jumlah Coffee Shop

Kecamatan	Jumlah Coffee Shop dan Resto		
	2020	2021	2022
Baros	2	30	30
Lembursitu	12	24	26
Cibereum	1	23	23
Citamiang	3	24	19
Warudoyong	6	44	39
Gunung Puyuh	9	43	35
Cikole	86	119	127
Jumlah	119	307	299

Sumber: Diolah Penulis melalui Sukabumikota.bps.go.id, (2025)

Dengan adanya strategi inovasi terhadap keunggulan akan menghasilkan perubahan signifikan. Karena strategi inovasi akan membuat suatu produk bisa di kenal oleh konsumen dengan cara memasarkan dengan teknologi baru.

Untuk perencanaan usaha pada zaman modern seperti sekarang pelaku usaha harus mengikuti perkembangan zaman, dengan cara dapat mempromosikan produk

melalui media sosial. Selain lebih luas jangkauannya juga membuat promosi pada media sosial dapat di lihat berulang kali oleh pasaran *online*.

Dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing dapat berjalan dengan baik dengan adanya keunikan produk, karena adanya keunikan produk dapat mengidentikkan suatu produk dengan ciri khasnya sendiri yang dapat di ingat oleh konsumen.

Research gap yang dilakukan oleh Sisilia Suci Yunitasari dan Muhadjir pada tahun 2022 menyatakan bahwa variabel keunikan produk dan inovasi produk berdampak positif terhadap keunggulan bersaing. Tetapi menurut penelitian Encep Sopandi pada tahun 2017 menyatakan bahwa keunikan produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Research gap menurut Taufik Alwi dan Esti Handayani pada tahun 2018 dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, dan variabel inovasi produk juga berpengaruh positif terhadap variabel keunggulan bersaing. Sedangkan *research gap* yang dilakukan oleh Beben Bahren dan Indi Ramadhani pada tahun 2018 dapat di simpulkan bahwa keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap inovasi produk.

Dari fenomena yang telah dipaparkan penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Inovasi dan Keunikan Produk Terhadap Keunggulan Bersaing**” karena penulis ingin mengetahui bagaimana cara pelaku usaha dalam mempertahankan eksistensinya di bidang kuliner. Sehingga penulis dan pembaca dapat mendapatkan ilmu untuk bisa bersaing dengan pelaku usaha yang lain.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode Deskriptif digunakan untuk mengetahui hubungan penerapan Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Sedangkan metode Asosiatif menurut Sugiyono (2017:57) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini metode Asosiatif digunakan untuk mengetahui penerapan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran.

Hasil dan pembahasan: Peneliti menentukan responden dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha di bidang *food and beverage*. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner *online* menggunakan Google Form yang disebarakan kepada pelaku usaha yang berada di Kota Sukabumi.

Responden dalam penelitian berjumlah sebanyak 50 pemilik *coffee shop* dan resto di Kecamatan Cikole yang terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan dapat di lihat dari tabel 2 berikut:

Tabel 2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	35	60%

2	Pempuan	15	40%
Total	Jumlah	50	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Usia responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini yaitu memiliki usia lebih dari 25 tahun sampai lebih dari 56 tahun, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kisaran usia para pemilik *coffee shop* dan resto. Jumlah responden berdasarkan penyebaran 50 responden dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 3. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	25-35 Tahun	32	57,3%
2	36-40 Tahun	10	16%
3	41-45 Tahun	5	17,3%
4	>55	3	10,3%
Total		50	

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, dapat dikatakan arti dari inovasi strategi yaitu bentuk atau upaya pengembangan strategi baik dalam produk atau jasa, untuk menyesuaikan kondisi pasar dan membentuk nilai baru bagi konsumen dan juga perusahaan itu sendiri.

Kazinguvu (2016) inovasi strategi merupakan ciptaan dari strategi pertumbuhan, teknologi baru, pelayanan baru, cara baru dalam melakukan sesuatu atau suatu model bisnis model yang mengubah permainan dan menghasilkan nilai baru yang signifikan untuk konsumen dan pelanggan.

Strategi inovasi dibutuhkan dalam UMKM karena dalam di dalam industri akan semakin berisiko jika perusahaan tidak berinovasi. Strategi inovasi juga membantu bisnis menemukan tantangan baru bagi perkembangan dan pertumbuhan.

Keunikan produk yaitu nilai tambah yang membuat suatu produk berbeda dari produk pesaing. Keunikan dapat menimbulkan persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

Pada zaman perekonomian sekarang ini, dimana persaingan bisnis yang sangat ketat, hal ini yang paling berbahaya yaitu perang harga. Untuk menghindari dari hal tersebut yaitu dengan keunikan produk. Keunikan dapat membuat suatu keunggulan pada produk. Keunikan ini akan sulit ditiru oleh pesaing karena pesaing tidak dapat memperoleh atas sumber tersebut.

Keunggulan bersaing yaitu keunggulan atas pesaing yang di dapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing dapat dicapai dengan memberikan nilai yang

lebih besar, misalkan dengan menawarkan harga yang lebih murah, serta menyediakan lebih banyak manfaat dan menciptakan inovasi yang baru.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jelcic (2014) dalam jurnalnya menunjukan bahwa dengan memberikan kualitas layanan yang baik maka perusahaan akan memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, tentu akan menjadi nilai tambah dari konsumen terhadap perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang berkualitas pada konsumen memicu konsumen untuk menggunakan produk dan jasa dari perusahaan itu sendiri. Sehingga tercipta keunggulan bersaing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran strategi inovasi dan keunikan produk dilihat dari nilai skor tanggapan responden pada setiap variabel yang sudah diterapkan pada *coffee shop* dan resto di Kecamatan Cikole ini berada pada kategori tinggi.
2. Berdasarkan hasil uji yang telah diselesaikan oleh peneliti secara parsial (uji T) dan simultan (uji f), maka dapat disimpulkan bahwa t hitung $>$ t tabel dan f hitung $>$ f tabel, yang artinya strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dapat diartikan bahwa strategi inovasi dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada *coffee shop* dan resto di Kecamatan Cikole.
3. Berdasarkan hasil uji yang telah diselesaikan oleh peneliti secara parsial (uji T) dan simultan (uji f), maka dapat disimpulkan bahwa t hitung $>$ t tabel dan f hitung $>$ f tabel, yang artinya keunikan produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dapat diartikan bahwa strategi inovasi dapat meningkatkan keunggulan bersaing pada *coffee shop* dan resto di Kecamatan Cikole.

DAFTAR PUSTAKA

- Abin, M. R. (2017). Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan. *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1), 87–102. <https://doi.org/10.21274/taalum.2017.5.1.87-102>
- Aji, D. V. P. (2020). *Pengaruh inovasi produk dan desain produk terhadap keunggulan bersaing pada meubel dasar milik tasikmalaya* [Sarjana Thesis, Universitas Siliwangi].
- Alam, A. R. P. (2015). Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kinerja Pemasaran Celebes TV di Kota Makassar. *Jurnal Economix*, 3(1), 118–124. <https://ojs.unm.ac.id/economix/article/view/3962/2326>

- Amin, M., Sudarwati, & Maryam, S. (2019). Analisis pengaruh inovasi produk, orientasi pasar, keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran di sentra industri mebel desa sembugan Miftakhul. *03(02)*, 501–510.
- Anggraeni, D. R. (2021). *Pengaruh inovasi produk, desain produk, kualitas produk terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus Pada Ukm Kerajinan Kulit Manding Di Kabupaten Bantul)*.
<https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/33392/16311234DistaRistianaAnggraeni.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Anwar, M. (2020). *Manajemen strategik daya saing dan globalisasi*. Sasanti institute.
- Ardiansyah, F. M., & Santy, R. D. (2018). Pengaruh perilaku kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja usaha. *Angewandte Chemie International Edition*, *6(11)*, 951–952., 5–24.
- Aryska, M. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *4(1)*, 1–15.
- Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi. (n.d.). *Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan*. Diakses dari <https://sukabumikota.bps.go.id/indicator/16/163/1/jumlah-rumah-makan-restoran-menurut-kecamatan-.html>
- Basri, H. (2014). Peningkatan Kualitas Pembelajaran Melalui Adopsi Dan Implementasi Teknologi Instruksional. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, *4(2)*, 228–248.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, *2(1)*, 1–9.
- Cahyani, N. K. Y., Wimba, I. G. A., & ... (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran. ..., *Kewirausahaan Dan ...*, *1(2)*, 457–470.
<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/view/1291%0Ahttps://ejournal.unhi.ac.id/index.php/widyaamrita/article/download/1291/791>
- Ciptagustia, A. (2019). Pengaruh Manajemen Talenta Terhadap Distinctive Capabilities serta Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Industri Furniture Rotan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, *16(1)*, 1–15.
<https://doi.org/10.29313/performa.v16i2.4476>
- Danial, R. D. M. (2017). Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil dan Menengah (Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat). *Jispo*, *7(1)*, 13–21.

- Darma, D. A., Abdussamad, Z. K., & Rahman, E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. *5*(1), 238–250.
- Diab, S. M. (2014). Using the Competitive Dimensions to Achieve Competitive Advantage: A Study on Jordanian Private Hospitals. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, *4*.
- Febi, F., RDM, D., & F, M. (2019). *jurnal pa faizal 4. Analisis Perataan Laba Pada Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman*, *20*, 29.
- Fillayata, V. E., & Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 7–8, 969–976. https://scholar.google.co.id/citations?user=PVAadCwAAAAJ&hl=id#d=gs_md_citad&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DPVAadCwAAAAJ%26citation_for_view%3DPVAadCwAAAAJ%3ATQgYirikUcIC%26tzom%3D-420
- Gunawan, C. (2014). *Pengaruh penerapan e-commerce dan reputasi perusahaan terhadap keunggulan bersaing di pt. Balai iklan bandung*
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, *4*(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Husaini, & Fitria, H. (2019). *(Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*. *4*(1).
- Ilyas, M. F., Zulkifli, & Derriawan. (2022). Strategi Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Kimia Farma Apotek Di Kota Depok Dan Bogor). *Manajemen Diversifikasi*, *2*(2), 2003–2005.
- Iswadi, A., & Tiastity, R. (2015). Analisis pengaruh reputasi perusahaan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan sebagai variabel moderasi andi. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, *15*, 217–226.
- Juhji, W., Muslihah, E., & Suryapermana, N. (2020). Pengertian , Ruang Lingkup Manajemen , dan Kepemimpinan. *1*(2), 111–124.
- Juhji, W., Muslihah, E., & Suryapermana, N. (2020). Pengertian , Ruang Lingkup Manajemen , dan Kepemimpinan. *1*(2), 111–124.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing* (Edisi 15 Global. Ed.). Pearson.
- Kuncoro, W., & Suriani, W. O. (2018). Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving. *Asia Pacific Management Review*, *23*(3), 186–192. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.006>

- Lamaya, F., Gesi, B., & Laan, R. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Manajemen*, 8(5), 55.
- Lamaya, F., Gesi, B., & Laan, R. (2019). Manajemen Dan Eksekutif. *Manajemen*, 8(5), 55.
- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja. 4(1), 1330–1339.
- Laura, N., & Siringo Ringo, S. N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Business Review*, 14(2), 258–284. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v14i2.100>
- Makalew, A., Mananeke, L., & Tawas, H. N. (2016). Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 531–544.
- Munandar, A. (2019). *Manajemen Strategik dan Mutu Pendidikan Islam*. 6.
- Nazarudin, H. (2020). *Managemen Strategik*.
- Oktaviani, Y., Sihite, M., & Derriawan, D. (2021). Strategi Kinerja Perusahaan Dipengaruhi Inovasi, Kualitas Produk, Reputasi Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing PT. X. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(10), 287–298. <https://doi.org/10.36418/jurnalsostech.v1i10.227>
- Oktavianus, L. C., Randa, F., Jao, R., & Praditha, R. (2022). Kinerja Keuangan Dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 218–227.
- Oktavianus, Zaid, S., & Yusuf, H. (2019). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran pengolahan rumput laut di wakatobi. *Ilmu manajemen universitas tadulako vol. 5, no. 2*, 5(2), 211–227.
- Rahayu, S. (2012). *Moderasi Reputasi Auditor Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Audit Switching* [Tesis Magister Akuntansi, Universitas Esa Unggu].
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., Dewandaru, B., Manajemen, P., Ekonomi, F., Analisis, P., Fakultas, K., Ekonomi, P., & Fakultas, P. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. 21(2), 178–188.
- Rasyid, H. A., & Indah, A. T. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>

- Rosidah, C. (2011). Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna ATM Pasca Isu Cybercrime (Studi pada Nasabah BCA di Surabaya). *Jurnal Business and Economics*.
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66. <https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.31>
- Setiawati, F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(1), 57–66. <https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.31>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Siti, H., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran keunggulan bersaing memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. *E-jurnal manajemen unud*, 5(10), 6580–6609.
- Sitorus, H. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja perguruan tinggi swasta (pts) pada universitas di jakarta barat. *Oe, vii*(2), 132–144.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi* (M. T. Sutopo (Ed.)). ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>
- Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (PERSERO). *JEAM Vol XII No. 1/2013, XII*(1), 64–79.
- Sukirman. (2020). Strategi Keunggulan Bersaing melalui Keunggulan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek dan Keunikan Asosiasi Merek PENDAHULUAN Latar Belakang Pertumbuhan industri kecil di Kabupaten Kudus berkembang cukup pesat, di antaranya adalah industri tas. *Berdas*, 17(1), 14–26.
- Sulastri, D. L. (2012). *Manajemen.pdf*. La Goods Publishing.
- Sunyoto, D. (2015). *Keunggulan Bersaing*. PT. Buku Seru.
- Syafitri, R. L. D. (2019). Strategi meningkatkan daya saing melalui kemasan dan digital marketing pada waroeng djati (studi kasus pada waroeng djati di kabupaten

sumenep). 6(1), 5–10. http://repository.wiraraja.ac.id/219/1/artikel_santi.pdf

Ulhaq, A., Danial, D., & Mulia, F. Z. (n.d.). *ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL TERHADAP KINERJA UMKM SURVEY PADA UMKM MAKANAN DI KOTA SUKABUMI*.

Uliana, D. (2012). *Pengaruh Inovasi Produk terhadap Purchase Intention (Studi pada Starbuks Via)* [Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Kekhususan Pemasaran, Depok].

Wardani, L., & Suryawati, B. N. (2019). Analisis Kemampuan Dinamis Dan Keunggulan Bersaing: Sebuah Studi Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 4(2), 26–42. <https://doi.org/10.29303/jseh>.

Yun, Y., & Kurniawan, A. (2019). Pengaruh Integrasi Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Rantai Pasokan pada Peternak Sapi Perah di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 29–42. <https://doi.org/10.17509/jimb.v10i1.15079>

Yunus, E. (2016). *Manajamen Strategis*. Penerbit Andi.