

The Effect of Product Innovation and Product Quality on Competitive Advantage

Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Rizky Desyanti Fauziah¹⁾; Ari Arisman²⁾; Depy Muhamad Pauzy³⁾

^{1,2,3)} Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: ¹⁾ rizkydesyanti634@gmail.com; ²⁾ digitalmarketing.unper@gmail.com; ²⁾ depymuhamad@unper.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [22 April 2022]

Revised [15 April 2022]

Accepted [24 April 2022]

KEYWORDS

Product Innovation, Product Quality, Competitive Advantage

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Mukena Bordir Aiwawardrobe Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kausal dengan pendekatan kuantitatif pada karyawan dengan sampel 110 responden. Data yang dikumpulkan berupa data primer. Analisis data persamaan regresi berganda, analisis korelasi ganda, analisis koefisien determinasi dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan inovasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Mukena Bordir Aiwawardrobe Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya. Inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing Mukena Bordir Aiwawardrobe Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Mukena Bordir Aiwawardrobe Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya.

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect simultaneously and partially of the product innovation and product quality on competitive advantage in UMKM Mukena Embroidery Aiwawardrobe, Sukaraja District, Tasikmalaya Regency. The method used in this study is a causal method with a quantitative approach to employees with a sample of 110 respondents. The data collected in the form of primary data. Multiple regression equation data analysis, multiple correlation analysis, coefficient of determination analysis using SPSS software. The results of this study indicate that product innovation and product quality simultaneously have a significant effect on competitive advantage in UMKM Mukena Embroidery Aiwawardrobe, Sukaraja District, Tasikmalaya Regency. Product innovation partially has a significant effect on the competitive advantage of Mukena Embroidery Aiwawardrobe, Sukaraja District, Tasikmalaya Regency. Product quality partially has a significant effect on competitive advantage in Mukena Embroidery Aiwawardrobe, Sukaraja District, Tasikmalaya Regency.

PENDAHULUAN

UMKM bordir Aiwawardrobe merupakan perusahaan yang memproduksi mukena dengan ciri khas mukena bordir yang sangat unik dan menarik sehingga menjadi mukena yang banyak diminati. Sebuah UMKM didirikan mempunyai tujuan untuk menghasilkan barang untuk mendapatkan keuntungan. Selain untuk mendapatkan keuntungan juga bertujuan untuk membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran.

Produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar. Perusahaan dapat menang dalam persaingan bisnis adalah dengan membuat produk yang berkualitas tinggi dan dapat memenuhi selera konsumen. Sejak pertama kali didirikan 1 Maret 2014 hingga sekarang, perusahaan UMKM bordir Aiwawardrobe terletak di Jln. Cimawate, Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya. Perusahaan tersebut memproduksi mukena bordir berdasarkan pesanan konsumen. UMKM bordir Aiwawardrobe menggunakan bahan terdiri dari katun mikro, BSY, rayon, dan katun paris bordir. Sebelumnya UMKM bordir Aiwawardrobe memiliki 1 model mukena yaitu mukena atas bawah. Karena adanya permintaan model baru dari konsumen maka pemilik mukena bordir Aiwawardrobe membuat inovasi model yang baru yaitu mukena terusan dengan motif bordir yang berbeda tapi dengan kualitas produk yang sama bagusnya.

Tabel 1. Produksi 2 Bulan

Data produksi mukena bordir Aiwawardrobe		
Minggu	Mukena atas bawah	Mukena terusan
1	1.200 potong	40 potong
	1.000 potong	40 potong
2	1.000 potong	60 potong
	1.200 potong	40 potong
3	1.000 potong	40 potong
	1.000 potong	60 potong
4	1.000 potong	20 potong
	1.000 potong	40 potong
5	700 potong	40 potong
	700 potong	20 potong
6	600 potong	20 potong
	600 potong	20 potong
7	-	-
	-	-
8	-	-
	-	-
Jumlah	11.000 potong	440 potong

Sumber: Data produksi mukena bordir Aiwawardrobe 2021

Banyak persaingan dengan barang yang sejenis di daerah tersebut, sehingga membuat persaingan penjualan semakin ketat. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwasannya Inovasi Produk dan Kualitas Produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing. Maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus UMKM Mukena Bordir Aiwawardrobe Kecamatan Sukaraja Kota Tasikmalaya). Berdasarkan data produksi pada mukena bordir Aiwawardrobe minggu ke 1 s.d minggu ke 8. Pada periode tersebut produksi pada mukena bordir Aiwawardrobe ini mengalami fluktuasi yang mengarah pada penurunan penjualan.

LANDASAN TEORI

Pengertian Inovasi produk

Menurut Myers dan Marquis dalam Kotler (2016: 454) : “Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian.”

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2015:224) mendefinisikan: “Kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil”

Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Hajar dan Sukaatmadja (2016) mengemukakan: “Keunggulan bersaing adalah strategi untuk menjadi lebih unggul dari pesaing. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, menurut Yin (2013:18) studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyediakan fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan. Menggunakan jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kausal untuk menghubungkan antar sebab dan akibat dari beberapa variabel dengan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Keunggulan bersaing. Subjek Penelitian UMKM mukena bordir Aiwawardrobe yang terletak di Kp. Cimawate RT. 01 RW. 03 Desa Tarunajaya Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya Karyawan UMKM mukena bordir Aiwawardrobe Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah karyawan Aiwawardrobe yang sudah diketahui jumlahnya 150 karyawan. Jenis sumber data dalam penelitian adalah data primer, menurut Sugiyono (2013: 193) menjelaskan "sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data". Yaitu dengan pengisian kuesioner yang di sebarakan kepada kapada pada Karyawan Aiwawardrobe.

Untuk data sekunder diperoleh dari arsip atau catatan perusahaan seperti jumlah produk, data penjualan, dan gambaran umum perusahaan. Alat analisis yang digunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokolerasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dengan menggunakan persamaan regresi berganda, analisis korelasi ganda, dan analisis koefisien determinasi. Sebelumnya data jawaban responden yang berupa skala ordinal ditingkatkan menjadi skala interval melalui *method of successive internal* (lampiran 5, halaman 128). Seluruh pengujian menggunakan program SPSS Versi 25.

Persamaan Regresi Berganda

Tabel 1. Persamaan Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.848	3.907		.217	.829
	Inovasi Produk	.622	.088	.445	7.058	.000
	Kualitas Produk	.394	.046	.537	8.524	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber data: output SPSS yang diolah, 2022

Dari hasil perhitungan tabel Coefficients diatas, dapat disubstitusi ke persamaan regresi linear berganda yaitu : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

$$Y = 0.848 + 0.622x_1 + 0.394x_2 + e$$

Analisis Korelasi

Tabel 2. Analisis Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.773 ^a	.598	.591	2.53792

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan tabel Model Summary diketahui bahwa besarnya pengaruh antara Inovasi Produk (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) yang dihitung dengan korelasi ditunjukkan dengan nilai R sebesar 0,773 hal ini menunjukkan hubungan nilai R kuat antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Koefisien Determinasi**Tabel 3. Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.773 ^a	.598	.591	2.53792	1.771

Table Caption

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK

b. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Berdasarkan tabel Model Summary diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,598 atau sama dengan 59,8%. Nilai R 0,773 berasal dari pengkuadratan nilai korelasi atau nilai "R" yaitu $0,773 \times 0,773 = 0,598$. Angka tersebut mengandung arti bahwa inovasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) sebesar 59,8%, sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk secara Simultan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Aiwawadrobe**Tabel 4. Uji Simultan**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1025.998	2	512.999	79.646	.000 ^b
	Residual	689.189	107	6.441		
	Total	1715.186	109			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk

Berdasarkan hasil uraian tanggapan responden mengenai Inovasi Produk dan Kualitas Produk maka dapat diuraikan dengan perhitungan statistik yang bisa menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh secara simultan antara Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing. Ketiga variabel tersebut mempunyai skala ordinal, maka dari itu ketiga variabel tersebut diubah skalanya menjadi interval dengan *method succeccive interval* dan dilakukan uji asumsi klasik. Dari hasil uji asumsi klasik, diperoleh kesimpulan bahwa ketiga variabel tersebut terbebas dari permasalahan asumsi klasik. Selanjutnya dilakukan pengujian analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel tersebut berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS versi 25, dan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 0.848 + 0,622X_1 + 0,394X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diketahui bahwa nilai koefisien regresi inovasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) memiliki nilai koefisien regresi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen (Y).

Dari persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai koefisien regresi inovasi produk (X_1) sebesar 0,622 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel inovasi produk (X_1) meningkat sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu keunggulan bersaing akan naik dan meningkat juga sebesar 0,622 begitupun sebaliknya.
- 2) Nilai koefisien regresi kualitas produk (X_2) sebesar 0,394 dan bernilai positif yang berarti apabila variabel kualitas produk (X_2) meningkat sebesar 1 satuan, maka variabel dependen yaitu keunggulan bersaing akan naik dan meningkat juga sebesar 0,394 begitupun sebaliknya.

Berdasarkan hasil dari IBM SPSS versi 25 maka diperoleh r (Koefisien Kolerasi) sebesar 0,773 artinya terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara inovasi produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM mukena Bordir Aiwawadrobe. Hasil penafsiran korelasi menyatakan bahwa hubungan yang kuat inovasi produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing termasuk dalam kategori korelasi kuat.

Selanjutnya hasil perhitungan R^2 (Koefisien Determinasi) sebesar 0,598 Dari angka tersebut menunjukkan besar pengaruh inovasi produk dan kualitas produk secara simultan terhadap keunggulan

bersaing pada UMKM mukena Bordir Aiwawadrobe sebesar 59,8%. Sedangkan sisanya (100% - 59,8%) yaitu 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing diUMKM mukena Bordir Aiwawadrobe, maka dengan menggunakan perhitungan IBM SPSS versi 25 hasil sig $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima yang artinya Inovasi Produk dan Kualitas Produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian hal ini berarti semakin baik inovasi produk dan kualitas produk di UMKM mukena Aiwawadrobe maka keunggulan bersaing pun akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Defy Nur Oktaviasari (2021) Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing survei konsumen *Smartphone* Xiaomi dimana hasil penelitian terdapat pengaruh antara inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing survei konsumen *Smartphone* Xiaomi baik secara parsial maupun simultan.

Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk secara parsial terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Mukena bordir Aiwawadrobe

Tabel 5. Uji Parsial

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1.408	2.918		.483	.630			
INOVASI PRODUK	.600	.077	.454	7.790	.000	.592	.602	.441
KUALITAS PRODUK	.383	.039	.571	9.786	.000	.680	.687	.554

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Pengaruh Inovasi Produk Secara Parsial Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing diperoleh nilai sebesar 0,602 Nilai koefisien kolerasi menunjukkan hubungan yang kuat bahwa inovasi produk dengan keunggulan bersaing. Sedangkan besar pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing secara parsial adalah 36,24% [$kd = (0,602)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian hal ini berarti semakin baik inovasi produk di UMKM mukena Aiwawadrobe maka keunggulan bersaing pun akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zaki Amir Kelib (2019) Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Batik di kota Pekalongan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen diperoleh nilai sebesar 0,687. Nilai koefisien kolerasi menunjukkan hubungan yang kuat antar variabel kualitas produk dengan keunggulan bersaing memiliki hubungan yang kuat. Sedangkan besar pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing secara parsial adalah 47,20% [$kd = (0,687)^2 \times 100\%$].

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang berarti Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Dengan demikian hal ini berarti semakin baik kualitas produk di UMKM mukena Aiwawadrobe maka keunggulan bersaing pun akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Christian Jhon (2017) Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Clothing Our Bandung Style dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Inovasi Produk di UMKM mukena bordir Aiwawardrobe termasuk klasifikasi baik, hal ini berarti bahwa Inovasi Produk yang dikerjakan baik dan memenuhi keinginan perusahaan. Begitu pula Kualitas Produk di UMKM mukena bordir Aiwawardrobe termasuk klasifikasi sangat baik, hal ini berarti bahwa kualitas produk yang dikerjakan sudah sangat baik dan memenuhi keinginan perusahaan.
2. Berdasarkan hasil penelitian inovasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di UMKM mukena bordir Aiwawardrobe.
3. Berdasarkan hasil penelitian inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di UMKM mukena Aiwawardrobe.
4. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing di UMKM mukena bordir Aiwawardrobe.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk UMKM mukena Bordir Aiwawardrobe

1. Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memberikan saran untuk selalu meningkatkan inovasi produk dan kualitas produk agar mendapatkan keunggulan bersaing.
2. Perusahaan harus selalu fokus dengan target yang akan dikembangkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan dengan menggunakan variabel lainnya misalnya variabel inovasi produk, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Selain itu dapat juga menggunakan metode penelitian lain, subjek yang berbeda dan penambahan sampel yang digunakan agar memperoleh hasil yang bervariasi

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. R. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing* (Studi Kasus Pada Ukm Kerajinan Kulit Manding Di Kabupaten Bantul).
- Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Astuty, Tri. (2015). *Buku Pedoman Umum Pelajar EKONOMI Rangkuman Inti Sari Ekonomi Lengkap SMA Kelas 1,2,3*. Vicosta Publishing, Jakarta.
- Badri, Markoni. 2011. *Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan*. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis ke-VI*
- Bagaskara, T. Y. (2020). *PENGARUH INOVASI PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK WOODENWAY* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Bahari, M. F. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KAMERA DIGITAL MEREK CANON* (Studi Pada komunitas fotografi Jombang) (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Christian, J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Clothing Our Bandung Style* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Damayanti, Irma latifa . 2014 *Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Sebagai Determinasi "Keunggulan Bersaing Sentra Kaos Suci Bandung"*
https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/4404/8/UNIKOM_IRMA%20LATHIFAH%20DAMAYANTI_BAB%20II.pdf , diakses 2 Desember 2021
- Dharma, B., Wijoyo, H., & Anjayani, N. S. (2020). Main Article Content.
- Djaslim Saladin, 2015, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, cetakan keempat, Linda Karya, Bandung
- Emda, A. (2014). Penerapan model pembelajaran kooperatif tipe TPS di SMA Negeri 12 Banda Aceh. *Lantanida Journal*, 2(1), 68-79.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.