

PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK KERUPUK UDANG MAK WING

Wulan Anggriani, Akhirman², Muhammad Idris³

Wulananggriani805@gmail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji,
Jl. Politeknik Senggarang

Abstract

This study aims to determine the effect of Product Innovation, Product Creativity and Product Quality on the Competitive Advantage of Mak Wing Shrimp Crackers Products. The population in this study was 250 customers by using non-probability sampling, namely a conditional sampling technique (purposive sampling). The criteria used as samples in this study were Mak Wing Shrimp Crackers Customers who bought crackers more than once, so the total sample was 71 respondents. This type of research. The questionnaire was tested for validity and reliability. Data were analyzed using multiple linear regression analysis, including t test, F test and coefficient of determination. The research was conducted using SPSS Version 23. The results showed that partially Product Innovation (X1), Product Creativity (X2), and Product Quality (X3) variables had a significant effect on Competitive Advantage (Y). The results of the F test obtained that the calculated F value is 289,886 with F table 2,74 identifying that the Product Innovation (X1), Product Creativity (X2), and Product Quality (X3) variables simultaneously have a significant effect on the Competitive Advantage variable (Y), Based on the coefficient of determination test, about 92,5% of Competitive Advantage variables are influenced by Product Innovation (X1), Product Creativity (X2), and Product Quality (X3) variables. The remaining 7,5% is influenced by other factors not described in this study.

Keyword : *Product Innovation, Product Creativity, Product Quality and Competitive Advantage.*

I. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat, sesuai dengan berita pada tahun lalu yang menyatakan bahwa "Saat ini, UMKM menyumbang terhadap PDB hingga 60,34 persen" ujar Iskandar Simongkir (Deputi Bidang Ekonomi Makro dan Keuangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian). (Sumber: www.liputan6.com). Menurut

Sukirman (2017:114) Usaha kecil merupakan tumpuan yang diharapkan untuk mengambil strategi dengan membuat usaha yang mandiri, sehat, kuat, bersaing serta mengembangkan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung perluasan lapangan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi.

Kabupaten Lingga adalah salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau. Kabupaten Lingga memiliki 13 kecamatan, 7 kelurahan, dan 82 desa, dengan jumlah penduduk 98.633 jiwa Kabupaten Lingga memiliki 604 pulau besar dan kecil dengan jumlah penduduk sekitar 102 ribu jiwa. Sebagian besar wilayahnya atau sekitar 95 persen adalah lautan. Mayoritas masyarakat kabupaten Lingga khususnya Kecamatan Singkep Barat berprofesi sebagai nelayan.

Kecamatan Singkep barat yang merupakan salah satu daerah dengan hasil perikanan yang cukup tinggi tentu saja memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan usaha-usaha pengolahan produk perikanan terutama industri kerupuk. Salah satu usaha industri rumah tangga dalam bidang pengolahan udang di Kecamatan Singkep Barat adalah pembuatan Kerupuk. Dengan semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, hal ini juga terjadi pada industri Kerupuk di Kecamatan Singkep Barat yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat Pelaku usaha tersebut harus memiliki daya saing terhadap produknya yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan produk lainnya terutama pada produk yang sejenis. Setiap pelaku usaha pasti memiliki strategi yang berbeda dalam mencapai keunggulan bersaing.

Tabel 1. Data Unit UMKM Kerupuk 2020-2021 di Kecamatan Singkep Barat

No	Nama UMKM	Alamat
1	Kerupuk udang mak wing	Desa sungai buluh
2	Kerupuk udang berkah Anugrah	Desa kuala raya
3	Kerupuk Udang sei.Buluh	Desa Sungai Buluh
4	Kerupuk Udang merah	Desa Panggak
5	Kerupuk Udang Kerisi	Desa Jagoh
6	Kerupuk Udang Tiga Sudara	Desa Air Merah
7	Kerupuk Udang Suak Asau	Desa paya Luas

sumber : (data Dinas perindustrian,perdagangan,koperasi,usaha kecil dan menengah kabupaten lingga)

Dari Tabel 1 diketahui bahwa terdapat 7 usaha kerupuk Berbahan dasar Udang setiap desa di kecamatan singkep barat, seperti yang kita ketahui pada umumnya para pesaing menawarkan produk sejenis dan dengan jangkauan pasar yang sama. Para produsen dalam hal ini, praktis di tuntut untuk dapat melakukan inovasi guna menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan agar tidak tertinggal dari para competitor, dalam melaksanakan inovasi dan kreativitas terhadap produk nya di era perdagangan bebas ini pelaku bisnis perlu memusatkan perhatian pada konsumen, berusaha menciptakan nilai lebih dari harapan konsumen.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Produk kerupuk udang Mak Wing, usaha produk kerupuk udang ini termasuk kedalam golongan (usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) karena aktivitas usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan. Berdasarkan Undang-undang nomor 20 tahun 2008, dengan menggunakan bahan dasar udang dari hasil tangkapan nelayan yang memiliki potensi dalam mengembangkan

usaha kerupuk. Usaha Kerupuk ini didirikan oleh Mak Wing sejak tahun 2010, yang beralamat di Dabo Singkep Desa Sungai Buluh Kecamatan Singkep Barat Kabupaten Lingga, Provinsi Kepulauan Riau. Usaha kerupuk ini hanya beroperasi di rumah dengan memiliki 6 orang karyawan saja. Usaha ini termasuk kedalam jenis usaha kecil menengah (UMKM) yakni usaha produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha. Keunggulan kerupuk udang mak wing ini tentu mengacu pada bahan yang digunakan. Produk berbahan udang ini menawarkan kualitas yang baik dan ditawarkan dengan harga yang cukup terjangkau mulai dari belasan ribu rupiah hingga puluhan rupiah tergantung besar kecil ukuran kemasan produk.



Gambar 1. Produk Kerupuk Udang Mak Wing

Awalnya produk kerupuk udang mak wing ini hanya berbahan baku udang saja dan produknya di bungkus dengan kemasan plastic tipis tanpa label, pada saat sekarang sudah membuat pembaharuan produknya dengan menambah inovasi dan kreativitas produk dengan cara menambah inovasi dari segi bahan baku ditambahkan campuran singkong yang sudah dihaluskan kedalam adonan, dan menambah kreativitas dari segi varian rasa yang beragam seperti balado, jagung bakar, dan original agar pembeli bisa memilih varian rasa sesuai yang diinginkan, dan kualitas yang baik dari segi ketahanan produk agar awet lebih lama dan dari segi bentuk yang lebih menarik yang biasanya bentuk kerupuk pada umumnya bulat lebar, sedangkan produk kerupuk mak wing berbentuk panjang-panjang.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan kepada mak wing selaku penilik usaha kerupuk udang mak wing mengatakan semangat kreativitas yang dimiliki para karyawan semakin berkurang dikarenakan produk kerupuk yang mereka hasilkan kurang diminati oleh pembeli serta alat yang digunakan juga masih manual. Hal ini sejalan dengan penelitian Riany dan Dahmiri 2020, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Karena Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru. Ide baru tersebut di dapatkan dari ide yang telah dimilikinya, yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing.

II. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan angket/kuisisioner. Sub indikator selanjutnya menjadi titik tolak untuk membuat saat pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Berikut tingkatan dalam skala *likert*:

Tabel 2. Skala Interval

Pilihan Jawaban	Singkatan	Skor/Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Ghozali, 2016

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang mana meliputi uji analisis statistik deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

III. Hasil Pembahasan

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Berikut hasil perhitungan statistik deskriptif dengan spss 23 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INOVASI PRODUK	71	21	30	25,10	2,864
KREATIVITAS PRODUK	71	17	25	21,59	2,550
KUALITAS PRODUK	71	16	25	20,87	2,552
KEUNGGULAN BERSAING	71	24	35	29,79	3,397
Valid N (listwise)	71				

Sumber :Output Data Olahan SPSS 23, 2021

Berdasarkan data yang dipaparkan di tabel 3 diatas diketahui bahwa pada variabel Inovasi Produk, jawaban minimum responden sebesar 21 dan maksimum 30,dengan rata-rata total jawaban 25,10 dan standart deviasi 2,864. Variabel Kreativitas Produk, jawaban minimum responden sebesar 17 dan maksimum sebesar 25, dengan rata-rata total jawaban 21,59 dan standar deviasi 2,550. Variabel Kualitas produk, jawaban minimum responden sebesar 16 dan maksimum sebesar 25, dengan rata-rata total jawaban 20,87 dan stadar deviasi 2,552. Variabel Keunggulan Bersaing, jawaban minimum responden sebesar 24 dan maksimum 35, dengan rata-rata total jawaban 29,79 dan standar deviasi 3,397.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019:107) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisiner. Suatu kuisiner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisiner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisiner tersebut. Sedangkan menurut Sugiyono (2019:185) pengujian reliabilitias instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Dari pernyataan berikut dapat kita simpulkan bahwa uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuisiner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir kuisiner dapat dikatakan *reabel* apabila *cronbach's alpha* >0,60 dan dikatakan tidak

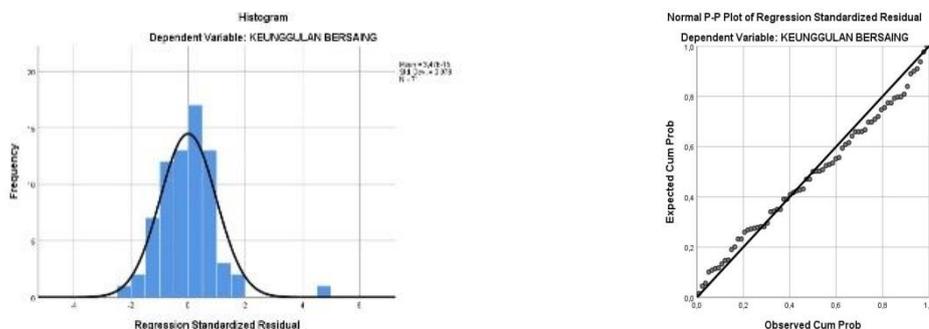
reabel apabila *cronbach's alpha* < 0,60. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dapat diperoleh hasil bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari pada nilai r_{tabel} sebesar 0,2303 sehingga semua instrumen dapat digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil reliabilitas dengan menggunakan variabel inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk dan keunggulan bersaing mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari *Cronbach's Alpha* yang disarankan yaitu > 0,60 sehingga instrumen layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji statistic non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%, maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Model regresi yang baik merupakan memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal (Aisidiktya, 2018: 36). Berikut hasil pengujian dengan grafik histogram, grafik *P-Plot* dan uji statistic non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS 23 (2021)

Gambar 2 & 3
Hasil Grafik Histogram & Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar 1 dan 2 diatas, pada grafik histogram terlihat bahwa pola berdistribusi normal. Namun, kesimpulan pada grafik histogram ini belum dapat dipastikan kenormalan datanya untuk jumlah yang kecil. Begitu juga dengan grafik P-Plot, sekilas memang terlihat normal karena distribusi data residualnya terlihat mendekati normal. Namun, hasil dengan grafik P-Plot ini juga masih belum bisa dipastikan kenormalannya. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hasil yang lebih pasti dan meyakinkan dilakukan uji statistik non parametrik dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan nilai signifikan diatas > 0,05, maka data berdistribusi normal. Hasil pengujian dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,90856897
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,087
	Negative	-,058
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c, d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

(Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 25)

Berdasarkan Tabel 4, uji *Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukkan nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* adalah $0,200 > \alpha 0.05$ yaitu nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang dilihat dari kolom *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu sebesar 0,200. Hal ini berarti data residual diatas yaitu, inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk terhadap keunggulan bersaing terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Faktor (VIF)*. Apabila nilai toleransi $>0,10$ dan $VIF >10$, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut ini nilai VIF dalam model penelitian ini:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a	
		Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)		
	INOVASI PRODUK	,110	9,126
	KREATIVITAS PRODUK	,879	1,138
	KUALITAS PRODUK	,113	8,877

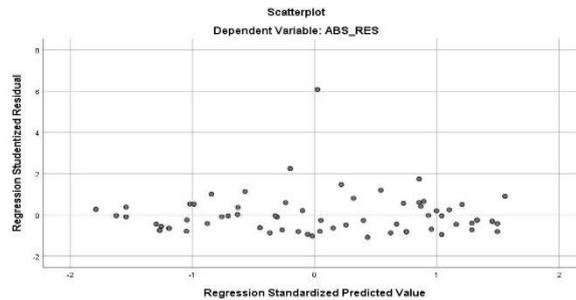
a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber : Hasil Olahan SPSS 23 (2021)

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* < 10 Dan nilai tolerance $> 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel Inovasi produk, Kreativitas produk, dan Kualitas produk terhadap Keunggulan bersaing.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya dengan uji *glejser*. Berikut ini hasil pengolahan:



Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 23

Gambar 4. Hasil Uji *Scatterplot*

Terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas tersebar baik di atas ataupun di bawah angka 0 (0) pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk memperjelas ada tidaknya heteroskedastisitas, maka dilakukan juga uji *glejser*.

Tabel 6. Hasil Uji *Glejser*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2,123	,791		2,683	,009
	INOVASI PRODUK	-,082	,079	-,370	-1,034	,305
	KREATIVITAS PRODUK	-,016	,031	-,064	-,508	,613
	KUALITAS PRODUK	,044	,087	,178	,504	,616

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah SPSS 23, (2021)

Terlihat pada tabel 6 bahwa nilai sig > α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data sampel pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas antara variabel dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk (X1), Kreativitas Produk (X2), Kualitas Produk (X3) dan Keunggulan Bersaing (Y). Adapun model persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel dependen
 α = Konstanta
 $\beta_1 \dots \beta_2 \dots \beta_3$ = Koefisien regresi
X1, X2, X3, X4 = Variabel Independen
e = Standard error

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,035	1,172		,030	,976
	INOVASI PRODUK	,658	,117	,555	5,623	,000
	KREATIVITAS PRODUK	,109	,046	,082	2,340	,022
	KUALITAS PRODUK	,522	,130	,392	4,025	,000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Keunggulan Bersaing} = 0,035 + 0,658 \text{ Inovasi Produk (X1)} + 0,109 \text{ Kretivitas Produk (X2)} + 0,522 \text{ Kualitas Produk(X3)} + e$$

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol maupun dari observasi. Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis koefisien determinan, uji F dan uji t.

1) Uji t atau Uji Parsial

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika probabilitas atau signifikan $\alpha < 0,05$ maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, jika $\alpha < 0,05$ maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan t_{tabel} yang dicari pada $\alpha = 5\%$ (two trailed), dengan derajat kebebasan (df) = k-1 atau 71-3-1= 67 (n yaitu jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan hasil nilai t_{table} sebesar 1,996. Uji ini juga dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan $\text{Sig} < 0,05$, maka H_0 di tolak H_a diterima

Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan $\text{Sig} > 0,05$, maka H_0 di terima H_a ditolak.

Hasil analisis koefisien determinan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Hasil uji t secara parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,035	1,172		,030	,976
	INOVASI PRODUK	,658	,117	,555	5,623	,000
	KREATIVITAS PRODUK	,109	,046	,082	2,340	,022
	KUALITAS PRODUK	,522	,130	,392	4,025	,000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23, 2021

Hipotesis 1 : Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel Inovasi produk dengan nilai Sig 0,000 dan nilai t_{hitung} 5,623. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , didapat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,623 > 1,996$). Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga Inovasi produk (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

Hipotesis 2 : Pengaruh Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel Kreativitas produk dengan nilai Sig 0,022 dan nilai t_{hitung} 2,340. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,022 < 0,05$). Dan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , didapat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,340 > 1,996$). Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga Kreativitas produk (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

Hipotesis 3 : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel Kualitas produk dengan nilai Sig 0,000 dan nilai t_{hitung} 4,025. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , didapat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,025 > 1,996$). Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga Kualitas produk (X3) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

2) Uji Uji F atau Uji Simultan

Pengujian secara simultan atau bersama-sama dilakukan dengan menggunakan uji statistic F. Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat 0,05. Tingkat signifikan adalah 5% dengan degree of freedom (df) = $n(71) - 3 - 1 = 67$ sehingga $F_{tabel} = 2,74$.

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	750,046	3	250,015	289,886	,000 ^b
	Residual	57,785	67	,862		
	Total	807,831	70			

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, INOVASI PRODUK

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23, 2021

Berdasarkan Tabel 9 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi 0,000 dengan F_{hitung} 289,886. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan berdasarkan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} ($F_{tabel} \alpha = 0,05, df=k;n-k-1$ maka $df=3;71$) didapat F_{hitung} 289,886 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,74 ($289,886 > 2,74$). Maka dalam hal ini H_0 ditolak dan H_4 diterima yang menunjukkan bahwa inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Keunggulan bersaing) hasil analisis determinasi dapat dilihat pada hasil output model summary dari hasil regresi linier.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,964 ^a	,928	,925	,929

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

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil tabel 10 dapat dilihat bahwa koefisien determinasi atau *Adjusted R Square* sebesar 0,925 (92,5%). Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk memberi pengaruh pada variabel keunggulan bersaing 92,5% sedangkan sisanya 7,5% ($100\% - 92,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk diteliti dalam penelitian ini.

IV. Pembahasan Penelitian

Pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil uji hipotesis kesatu dimana variabel inovasi produk dengan nilai sig 0,000 dan nilai t_{hitung} 5,623. Ini berarti nilai sig lebih kecil dan taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , didapat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,623 > 1,996$). Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing terhadap produk kerupuk udang Mak Wing.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2018) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar".

Pengaruh Variabel Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil uji hipotesis kedua dimana variabel kreativitas produk dengan nilai sig 0,022 dan nilai t_{hitung} 2,340. Ini berarti nilai sig lebih kecil dan taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , didapat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,340 > 1,996$). Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_2

diterima, sehingga kreativitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada produk kerupuk udang Mak Wing.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rangga dismawan (2017) yang menyatakan bahwa kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil uji hipotesis ketiga dimana variabel kreativitas produk dengan nilai sig 0,000 dan nilai t_{hitung} 4,025. Ini berarti nilai sig lebih kecil dan taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} , didapat bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,025 > 1,996$). Maka dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada produk kerupuk udang Mak Wing.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari,dkk (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya.

Pengaruh Inovasi produk, Kreativitas produk, dan Kualitas produk Secara Simultan Terhadap Keunggulan Bersaing.

Pengujian hipotesis yang ke empat bahwasanya variabel inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing. Simpulan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari (2018), yang menyatakan bahwa variabel inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk pada produk kerupuk udang mak wing, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian secara parsial membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing.
2. Pengujian secara parsial membuktikan bahwa kreativitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing.
3. Pengujian secara parsial membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing.
4. Pengujian secara simultan membuktikan bahwa inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing.

VI. Daftar Pustaka

Anjaningrum, Widiya Dew, and Agus Purnomo Sidi. 2018. *“Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai*

Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Kreatif Yang Tergabung Dalam Malang Creative Fusion).” Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia 12(2): 30–47. <http://jurnal.stie.asia.ac.id>.

Fuad Mochamad Arifin Zainul, Dkk. 2020. “*Peningkatan Produksi Dan Kualitas Produk Unggulan Kerupuk Ikan Desa Pangkahkulon Kecamatan Ujung Pangkah-Gresik Jawa Timur.*” PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat 5(2): 203–9.

Hasan, Muhammad, Dkk. 2021. *Pendidikan Dan Psikologi Perkembangan Implimentasi Prinsip-Prinsip Psikologi Dalam Pembelajaran.* Jawa Barat: Tahta Media Group

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23.*

Jumady, and Hasbiyadi. 2020. “*Peran Mediasi Keunggulan Bersaing Pada Pengaruh Integrasi Internal Dan Eksternal Supply Chain Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Menengah.*” *Journal of Chemical Information and Modeling* 8(9): 123–33.

Manajemen, Program Studi, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim, and Raja Ali. 2021. “*Pengaruh Semangat Kerja , Keterampilan Kerja , Dan Quality Of Work Life Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum.*”

Maria, Monica, and Mohamad Yusak Anshori. 2016. “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake.*” *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management* 6(1): 50–51.

Nur Aini, Mariatun Ika Lis. 2019. “*Pengembangan Dan Inovasi Produk Bagi Produsen Kerupuk Tahu Skala Industri Rumah Tangga Di Bangkalan.*”

Purwanti, Purwanti, Sarwani Sarwani, and Denok Sunarsi. 2020. “*Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Unilever Indonesia.*” *Inovasi* 7(1): 24.

Riany, Adhe Ira, and Dahmiri Dahmiri. 2020. “*Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi).*” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 9(2): 94–104.

Supriyanto, Akhmad, Hipni Rahman Sukrina, and M. Zainal Abidin. 2017. “*Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UMKM Kopiah Haji Di Kabupaten Hulu Sungai Tengah).*” *Aimi*: 27–28. https://repository.unja.ac.id/3826/7/26_33_aimi.pdf.

Undang-undang nomor 20 tahun 2008

Utama, Dani Chandra, Roynaldi Arista, Fitriyanto Fitriyanto, and Agung Raharjo. 2019.

“Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Bekasi.” Jurnal Mitra Manajemen 3(7): 767–79.