

**Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Pemasaran Dan Inovasi Organisasi  
Terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Pada UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti  
Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen)**

**Aji Syukron Ma'mun**  
**ajimamun03@gmail.com**

**Wijayanti**  
**wijayanti@umpwr.ac.id**

**Dedi Runanto**  
**dedirunanto@umpwr.ac.id**

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Muhammadiyah Purworejo**

**ABSTRAK**

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, keunggulan kompetitif merupakan hal yang penting bagi UMKM. Inovasi dapat menjadi solusi sebagai cara meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM, diantaranya terdapat inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi. Tujuan penelitian adalah, 1) untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif UMKM; 2) untuk menguji pengaruh inovasi proses terhadap keunggulan kompetitif UMKM; 3) untuk menguji pengaruh inovasi pemasaran terhadap keunggulan kompetitif UMKM; dan 4) untuk menguji pengaruh inovasi organisasi terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

Populasi penelitian adalah pelaku UMKM Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen berjumlah 65 orang. Penelitian menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik sampel sampling jenuh. Desain penelitian menggunakan survei terhadap responden dengan cara membagikan kuesioner kepada pelaku UMKM Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji signifikansi (parsial) dengan bantuan SPSS for Windows 30.0.

Hasil menunjukkan bahwa, 1) inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM; 2) inovasi proses tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM; 3) inovasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM; dan 4) inovasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

**Kata kunci:** Inovasi, keunggulan kompetitif, UMKM

**A. PENDAHULUAN**

Dalam era perkembangan teknologi yang pesat seperti saat ini, menjadikan masyarakat atau konsumen memiliki lebih banyak pilihan produk dalam pemenuhan untuk kebutuhan serta keinginan. Konsumen juga memiliki banyak preferensi dan pertimbangan dalam memilih suatu produk. Perubahan-perubahan tren yang terjadi secara cepat juga menjadikan pendeknya siklus hidup suatu produk. Persaingan bisnis yang semakin ketat mendorong sebuah perusahaan agar memiliki keunggulan kompetitif untuk dapat bertahan dalam menghadapi tingginya persaingan.

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (Porter dalam Kurniasari et al., 2018). Keunggulan kompetitif bisa dicapai salah satu caranya dengan melakukan inovasi yang tepat. Banyak pakar atau ahli manajemen

menyatakan bahwa inovasi merupakan salah satu jaminan untuk perusahaan atau organisasi dalam meningkatkan daya saingnya (Lestari, 2019: 72). Menurut Keller dalam Yuningsih & Silaningsih (2020:182) inovasi adalah produk, jasa, ide, dan persepsi yang baru dari seseorang. Inovasi adalah tindakan memperkenalkan produk baru, ide baru, perangkat atau proses baru, para pakar percaya bahwa inovasi adalah kebaruan yang telah memperoleh kualitas baru (Asari et al., 2023:5-6). Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi hasil dari pemikiran kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperbaiki sesuatu (Diharto, 2023:70).

Inovasi bertumpu pada pendekatan sumber daya yang diadopsikan sebagai basis dalam meraih keunggulan kompetitif, dimana suatu perusahaan mampu menciptakan kompetensi pada tingkatan yang lebih tinggi diantara pesaingnya (Lestari, 2019:1-2).

Seperti yang telah disebutkan di awal, inovasi dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Oslo Manual (2005) membagi jenis inovasi menjadi 4 jenis antara lain inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi. Terdapat banyak penelitian tentang pengaruh inovasi terhadap keunggulan kompetitif, tetapi kebanyakan dari penelitian tersebut hanya berfokus pada inovasi produk dan inovasi proses. Sedangkan inovasi pemasaran dan inovasi organisasi masih belum banyak diteliti mengenai pengaruhnya terhadap keunggulan kompetitif.

Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar (Diharto, 2022: 47). Inovasi proses memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang berubah dan berkembang, memenuhi tuntutan pelanggan yang terus berkembang, menanggapi tantangan dari pesaing dan perubahan teknologi (Sastradinata, 2024:48). Inovasi pemasaran melibatkan pengembangan dan penerapan ide-ide kreatif, metode, serta teknologi baru untuk meningkatkan penawaran atau komunikasi produk dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar (Sastradinata, 2024:50-51). Inovasi organisasi adalah cara baru dalam pengaturan kerja yang dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif, inovasi dalam hal ini berhubungan dengan perubahan positif dalam hal efisiensi, kualitas produktifitas, daya saing, pangsa pasar dan lainnya (Diharto, 2022:86).

Penelitian ini berfokus pada UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti Kecamatan Kebumen Kabupaten Kebumen. Usaha kecil adalah entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 5 sampai 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai 99 orang (Badan Pusat Statistik dalam Mangku, 2021: 197). Industri UMKM batik memiliki potensi yang besar untuk berkembang, tetapi dengan adanya persaingan dari kompetitor dalam ataupun luar negeri pada industri sejenis menjadikan tantangan yang serius bagi keberlangsungan hidup dan perkembangan industri batik itu sendiri. Desa Gemeksekti merupakan salah satu sentra batik di Kabupaten Kebumen. Sejak 2010, Gemeksekti memiliki predikat kampung batik Kebumen (kompasiana.com). Menurut cerita dari masyarakat sekitar, kerajinan batik telah ada sejak zaman Daudizeya. Dari sejarah yang tercatat, batik tersebut diperkenalkan oleh seorang tokoh bernama Baribin, yang dianggap sebagai pelopor pengrajin batik di Gemegsekti (melintas.id). Batik yang dihasilkan memiliki

keunikan tersendiri. Ciri khas batik yang tidak dimiliki sentra batik dari daerah lain menjadi daya tarik tersendiri. Motif sekar jagad, clorotan, sawahan, pring-pringan, somplongan, parang kebumen, serta motif lainnya menjadi ciri khas batik dari Desa Gemeksekti. Batik Gemeksekti juga telah menembus pasar nasional, bahkan beberapa produknya diekspor ke mancanegara. (melintas.id). Ini menunjukkan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik.

Setelah wawancara pada bulan September 2024 dengan Bapak Harun yang merupakan salah satu pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti terdapat temuan bahwa inovasi yang telah dilakukan antara lain, inovasi pada warna dan motif yang unik dan berbeda dengan daerah lain penggunaan bahan pewarna alami untuk produk premium, pemilihan bahan baku kain dengan berbagai macam tingkat kualitas produk dan penggunaan media sosial whatsapp, instagram dan facebook serta kerja sama dengan reseller untuk memasarkan produk produk. Terdapat juga inovasi produk berupa produk batik cap dan batik printing.

Saat ini produk batik sudah sangat banyak dijumpai di pasaran. Adanya hal ini menyebabkan meningkatnya persaingan bisnis batik itu sendiri. Persaingan yang semakin ketat menjadikan pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti harus memiliki nilai lebih dibanding pesaingnya. Seperti yang telah dijelaskan diawal, dengan inovasi yang dilakukan secara baik memungkinkan para pelaku UMKM tersebut dapat meningkatkan keunggulan kompetitif sehingga kerajinan batik dari Desa Gemeksekti dapat terus berkembang di pasar nasional maupun pasar global.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui "Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Pemasaran dan Inovasi Organisasi terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi pada UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen)".

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen?
2. Apakah inovasi proses berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen?
3. Apakah inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen?
4. Apakah inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen?

## **C. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

### **1. Keunggulan Kompetitif**

"Keunggulan bersaing atau keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Ada beberapa cara untuk memperoleh keunggulan bersaing antara lain dengan menawarkan produk atau jasa dengan harga

minimum, menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan dibanding pesaingnya, atau memfokuskan diri pada segmen tertentu” (Porter dalam Noviani, 2020).

Kotler dan Keller (2016:223) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Sedangkan menurut Mowen dan Minor (2002:11) keputusan pembelian merupakan gambaran seorang konsumen yang sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Langkah-langkah ini termasuk pengenalan, mencari, evaluasi alternatif, memilih, dan evaluasi pasca perolehan.

## **2. Inovasi Produk**

Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar (Diharto, 2022:47). Inovasi produk adalah pengenalan suatu barang atau jasa yang baru atau yang ditingkatkan secara signifikan sehubungan dengan karakteristik atau kegunaannya, inovasi produk mencakup peningkatan signifikan dalam spesifikasi teknis, komponen dan bahan, perangkat lunak yang digabungkan, keramahan pengguna, atau karakteristik fungsional lainnya (*Oslo Manual : Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 2005:48*).

Menurut Diharto (2022:47) Tujuan perusahaan melakukan inovasi produk adalah untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan memenangkan pangsa pasar yang lebih besar (Arifin, 2024:137).

## **3. Inovasi Proses**

Inovasi proses adalah penerapan metode produksi atau pengiriman yang baru atau yang ditingkatkan secara signifikan metode produksi atau pengiriman (*Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 2005:49*). Inovasi proses melibatkan adopsi metode baru, perbaikan proses, distribusi, atau peningkatan layanan (Lestari, 2019:17). Inovasi proses biasanya akan merujuk pada terbentuknya kompetensi inti (*core competence*) suatu perusahaan, termasuk pendekatan-pendekatan proses produksi yang dipatenkan dan terbukti menghasilkan keuntungan selama bertahun-tahun, bahkan puluhan tahun. Kemampuan dalam membangun proses ini merupakan kompetensi utama perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing (Diharto, 2022:8). Inovasi proses memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang berubah dan berkembang, memenuhi tuntutan pelanggan yang terus berkembang, menanggapi tantangan dari pesaing dan perubahan teknologi (Sastradinata, 2024:48-49). Inovasi proses juga dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kualitas sekaligus penghematan biaya sehingga dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk (Lestari, 2019:17).

Dalam kegiatan operasional, sebuah organisasi harus menyederhanakan proses

kerja untuk memperoleh efisiensi, atau menemukan proses yang sama sekali baru dengan meninggalkan proses operasi yang lama demi membuat loncatan dalam pencapaian hasil kerja organisasi (Yuningsih & Silaningsih, 2020:184)

#### **4. Inovasi Pemasaran**

Menurut Ganzwer *et al.*, dalam Al-Azzam *et al.*, (2024) inovasi pemasaran adalah penerapan metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan signifikan dalam desain atau kemasan produk, penempatan produk, promosi atau penetapan harga produk. Inovasi pemasaran ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, membuka pasar baru, atau memposisikan produk perusahaan di pasar, dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan. Contoh inovasi pemasaran antara lain perubahan dalam kemasan, penempatan produk dan perubahan signifikan dalam desain produk (Ganzwer *et al.*, dalam Al-Azzam *et al.*, 2024).

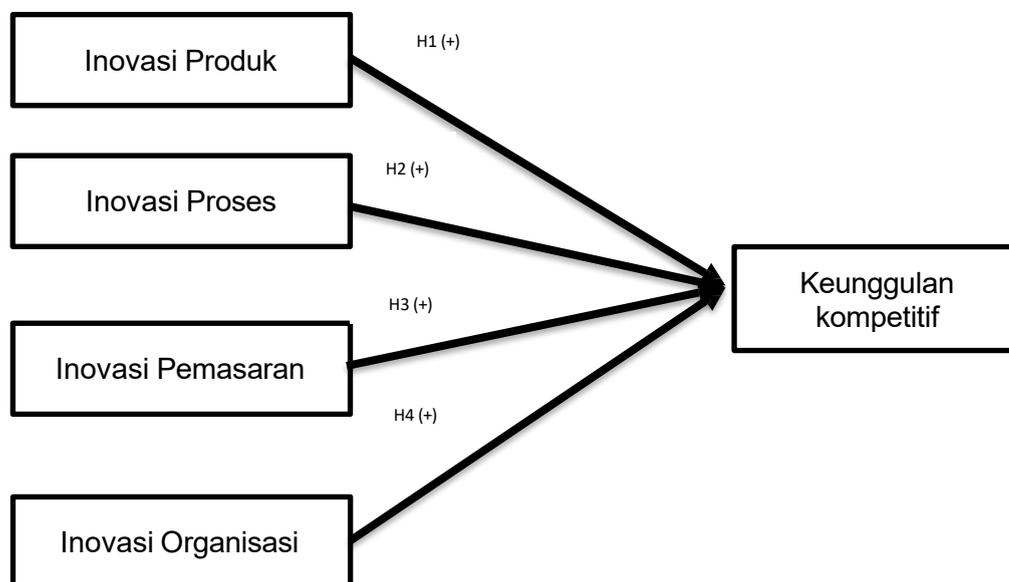
Inovasi pemasaran melibatkan pengembangan dan penerapan ide-ide kreatif, metode, serta teknologi baru untuk meningkatkan penawaran atau komunikasi produk dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar (Sastradinata, 2024:50-51). Perusahaan yang mampu menggabungkan inovasi pemasaran dengan komitmen terhadap nilai-nilai berkelanjutan akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar yang semakin sadar lingkungan (Tojiri, 2023:77)

#### **5. Inovasi Organisasi**

Inovasi organisasi adalah cara baru dalam pengaturan kerja yang dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif (Diharto, 2022:86). Inovasi organisasi adalah penerapan metode organisasi yang baru baru dalam praktik bisnis perusahaan, organisasi tempat kerja, atau hubungan eksternal (*Oslo Manual : Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 2005:51). Inovasi organisasi adalah usaha yang terkelola dari suatu organisasi untuk mengembangkan produk atau jasa baru, atau kegunaan baru dari produk dan jasa yang ada. Inovasi dalam organisasi dilakukan meliputi: tujuan, peran, struktur otoritas, aturan dan pola informal (Wijaya *et al.*, dalam Fiandi, 2024).

Menurut *Oslo Manual* (2005:51) inovasi organisasi dapat dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan perusahaan dengan mengurangi biaya administrasi atau biaya transaksi, meningkatkan meningkatkan kepuasan di tempat kerja (dan dengan demikian produktivitas tenaga kerja), mendapatkan akses ke aset yang tidak dapat diperdagangkan (seperti pengetahuan eksternal yang tidak dikodifikasi) atau mengurangi biaya persediaan. Kanter *et al.*, dalam Asari *et al.*, (2023:164) menyatakan bahwa organisasi selalu dituntut untuk lebih mudah dan cepat dalam mengatasi situasi, dengan melakukan perubahan atau inovasi.

## D. Kerangka Pikir



## E. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### 1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif

Menurut Diharto (2022: 45-46) inovasi produk merupakan suatu proses atau hasil pengembangan ide atau pemanfaatan suatu produk atau sumber daya yang telah ada sebelumnya, sehingga memiliki nilai lebih. Inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar (Diharto, 2022:47).

Dalam penelitian yang dilakukan Hasnatika dan Nurnida (2018), Kurniasari & Utama, (2018), Lestari et al., (2020), Noviani (2020), kurniasari & Utama (2018) dan Al-Azzam et al., (2024) hasil menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

**H1: Inovasi produk (X1) berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif (Y) UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen?**

### 2. Pengaruh Inovasi Proses terhadap Keunggulan Kompetitif

Inovasi proses biasanya akan merujuk pada terbentuknya kompetensi inti (core competence) suatu perusahaan, termasuk pendekatan-pendekatan proses produksi yang dipatenkan dan terbukti menghasilkan keuntungan selama bertahun-tahun, bahkan puluhan tahun. Kemampuan dalam membangun proses ini merupakan kompetensi utama perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing (Diharto, 2022:8). Inovasi proses memungkinkan perusahaan untuk tetap kompetitif dalam lingkungan bisnis yang berubah dan berkembang, memenuhi tuntutan pelanggan yang terus berkembang, menanggapi tantangan dari pesaing dan perubahan teknologi (Sastradinata, 2024:48-49).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Thi *et al.*, (2023), Al-Azzam *et al.*, (2024) hasil menunjukkan bahwa inovasi proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

**H2: Inovasi proses (X2) berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif (Y)**

### 3. Pengaruh Inovasi Pemasaran terhadap Keunggulan Kompetitif

Inovasi pemasaran adalah penerapan metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan signifikan dalam desain atau kemasan produk, penempatan produk, promosi atau penetapan harga produk (*Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 2005:49*). Menurut Sastradinata (2024:50-51) inovasi pemasaran melibatkan pengembangan dan penerapan ide-ide kreatif, metode, serta teknologi baru untuk meningkatkan penawaran atau komunikasi produk dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Perusahaan yang mampu menggabungkan inovasi pemasaran dengan komitmen terhadap nilai-nilai berkelanjutan akan memiliki keunggulan kompetitif di pasar yang semakin sadar lingkungan (Tojiri, 2023:77).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lestari *et al.*, (2023) dan Azzam *et al.*, (2024) hasil menunjukkan bahwa inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

**H3: Inovasi pemasaran (X3) berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif (Y)**

### 4. Pengaruh Inovasi Organisasi terhadap Keunggulan Kompetitif

Inovasi organisasi adalah cara baru dalam pengaturan kerja yang dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif. Inovasi dalam hal ini berhubungan dengan perubahan positif dalam hal efisiensi, kualitas produktifitas, daya saing, pangsa pasar dan lainnya (Diharto, 2022:86).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Al-Azzam *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa inovasi organisasi memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UKM.

**H4 : Inovasi organisasi (X4) berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif (Y)**

## F. METODE PENELITIAN

### 1. Desain Penelitian

Penelitian ini dapat dikategorikan dalam penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka yang berasal dari angket atau kuesioner, sedangkan pendekatan penelitian termasuk pada survei. Penelitian survey adalah penelitian yang membutuhkan sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat mengumpulkan data yang pokok. Penelitian survey dapat digunakan untuk tujuan penjajakan (eksploratif), menguraikan (deskriptif), dan penjelasan (Agustin, 2023:34).

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan, totalitas atau generalisasi dari satuan, individu, objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang akan diteliti, yang dapat berupa orang, benda, institusi, peristiwa, dan lain-lain yang di dalamnya dapat diperoleh atau dapat memberikan informasi (data) penelitian yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (Agustin, 2023:99). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen yang sudah beroperasi lebih dari satu tahun. Menurut pengurus paguyuban pengrajin batik WALET SAKTI, terdapat 65 pelaku UMKM kerajinan batik yang berada di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen.

### 3. Definisi Operasional Variabel

Menurut Porter dalam (Porter dalam Noviani, 2020), keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Inovasi produk adalah pengenalan suatu barang atau jasa yang

baru atau yang ditingkatkan secara signifikan sehubungan dengan karakteristik atau kegunaannya, inovasi produk mencakup peningkatan signifikan dalam spesifikasi teknis, komponen dan bahan, perangkat lunak yang digabungkan, keramahan pengguna, atau karakteristik fungsional lainnya (Oslo Manual: 2005:48).

Menurut Leonard Barton dalam Rita (2010), inovasi proses merupakan bentuk inovasi yang menekankan pada metode-metode baru dalam pengoperasian, dengan cara membuat teknologi baru atau mengembangkan teknologi baru atau mengembangkan teknologi yang ada.

Menurut OECD Oslo Manual dalam (Gunday et al., 2011), inovasi pemasaran adalah penerapan metode metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan signifikan dalam produk desain atau kemasan, penempatan produk, promosi produk atau penetapan harga. Target inovasi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, membuka pasar baru, atau memposisikan produk perusahaan di pasar dengan tujuan dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan.

Menurut Diharto(2022:86) inovasi organisasi adalah cara baru dalam pengaturan kerja yang dilakukan dalam sebuah organisasi untuk mendorong dan mempromosikan keunggulan kompetitif.

#### **4. Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui (Agustin, 2023:91). Hasil jawaban dari kuisisioner tersebut nantinya dapat memberikan informasi terkait pengaruh inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi terhadap keunggulan kompetitif.

#### **5. Pengukuran Data**

Teknik pengukuran data yang digunakan dalam kuesioner menggunakan model skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena sosial (Agustin, 2023:126). Terdapat lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Netral (N) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4, dan Sangat Setuju (SS) dengan skor 5.

#### **6. Pengujian Instrumen Penelitian**

##### **a. Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018:51). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *Product Moments*. Apabila nilai *Person Correlations* >0,3 maka item tersebut dinyatakan valid (Kuncoro, 2009:286).

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa nilai *pearson correlation* setiap butir pernyataan lebih dari 0,3 artinya setiap butir pernyataan valid dalam mengukur variabel inovasi produk (X1), inovasi proses (X2), inovasi pemasaran (X3), inovasi organisasi (X4) dan keunggulan kompetitif (Y).

##### **b. Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil (Ghozali, 2018:45). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Pengukuran ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dapat disebut reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  dan setidaknya jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,6$  maka instrument tidak reliabel (Kuncoro 2013: 183).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *Cronboach Alpha* setiap butir pernyataan lebih dari 0,6 artinya setiap butir pernyataan *reliabel* dalam mengukur variabel inovasi produk (X1), inovasi proses (X2), inovasi pemasaran (X3), inovasi organisasi (X4) dan keunggulan kompetitif (Y).

## 7. Pengujian Hipotesis

Analisis data penelitian dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah suatu model persamaan yang menggambarkan hubungan dua atau lebih variabel bebas/*predictor* dengan satu variabel terikat/*response* (Rifkhan, 2023:96-97). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas, yaitu Inovasi Produk (X1), Inovasi Proses (X2), Inovasi Pemasaran (X3) dan Inovasi organisasi (X4) terhadap variabel terikat, yaitu Keunggulan kompetitif (Y).

## G. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian yaitu untuk menguji pengaruh diferensiasi produk (X<sub>1</sub>), ekuitas merek (X<sub>2</sub>), dan inovasi produk (X<sub>3</sub>) terhadap keputusan pembelian (Y). Analisis ini menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *software SPSS*, adapun hasil pengujian sebagai berikut:

#### 1. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 7, dapat diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM sebesar 0,375 dengan nilai signifikansi  $< 0,001$  ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Hal tersebut berarti inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen.

Keunggulan kompetitif akan semakin meningkat apabila para pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemsekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen juga meningkatkan inovasi produk. Inovasi produk dapat dilakukan dengan pengenalan produk baru, upaya meningkatkan ciri khas produk dan pengembangan informasi terkait produk serta produk-produk yang ditawarkan. Hal tersebut dapat menjadi

salah satu strategi bagi pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen, untuk meningkatkan mutu produk yang dihasilkan dibanding produk yang telah ada sebelumnya sehingga pada akhirnya akan meningkatkan penjualan dan keuntungan UMKM tersebut. Pengembangan produk yang ditawarkan dilakukan dengan memberikan macam pilihan produk dengan tingkat kualitas yang berbeda sesuai dengan harga yang diinginkan oleh konsumen. Seperti halnya macam-macam harga produk dari harga Rp.200.000,00 sampai harga Rp.2.000.000,00 untuk produk batik tulis.

Hasil penelitian pada UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen sejalan dan menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasnatika dan Nurnida (2018), Kurniasari & Utama, (2018), Lestari *et al.*, (2020), Noviani (2020) dan Al-Azzam *et al.*, (2024) yang menunjukkan hasil bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

## **2. Inovasi proses tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif.**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 7, dapat diketahui bahwa inovasi proses berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM sebesar 0,082 dengan nilai signifikansi  $<0,223$  ( $p$ -value  $> 0,05$ ). Hal tersebut berarti inovasi proses tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen.

Inovasi proses dengan penggunaan teknologi terbaru, modifikasi metode produksi, kecepatan perubahan cara produksi dan perubahan cara produksi belum banyak dilakukan oleh para pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen karena mayoritas pelaku UMKM tersebut masih menggunakan cara tradisional dalam proses produksi kerajinan batik. Perubahan cara produksi, modifikasi metode produksi dan penggunaan teknologi baru jarang dilakukan dalam proses produksi kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. Mayoritas proses produksi yang dilakukan oleh UMKM tersebut masih dilakukan secara manual seperti dalam hal pencantingan dan pewarnaan karena mayoritas produk yang dihasilkan adalah produk batik tulis.

Penelitian dengan hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Bahren *et al.*, (2019) tentang membangun keunggulan bersaing melalui inovasi produk, inovasi proses, inovasi *marketing* dan inovasi organisasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada pelaku usaha bakso di Kota Tasikmalaya. Hasil perhitungan untuk hipotesis1b dengan *software Smart PLS 3.0* menunjukkan bahwa inovasi proses tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, dengan nilai *P-Value* 0,449 artinya hipotesis tidak terdukung.

## **3. Inovasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 7, dapat diketahui bahwa inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keunggulan

kompetitif UMKM sebesar 0,278 dengan nilai signifikansi  $<0,001$  ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen.

Keunggulan kompetitif akan semakin meningkat apabila pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen juga meningkatkan inovasi pemasaran. Inovasi pemasaran dapat dilakukan dengan selalu berusaha memperluas jangkauan prospek pasar, meningkatkan kecepatan proses distribusi dan penggunaan teknologi untuk menarik lebih banyak pelanggan dapat dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan UMKM tersebut. Inovasi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen dengan penggunaan teknologi dilakukan melalui pemasaran di media sosial seperti menggunakan aplikasi *whatsapp*, *instagram* dan *facebook* untuk perluasan jangkauan prospek pasar dan menarik lebih banyak pelanggan.

Hasil penelitian pada UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen sejalan dan menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari *et al.*, (2023) dan Azzam *et al.*, (2024) yang menunjukkan hasil bahwa inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

#### **4. Inovasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 7, dapat diketahui bahwa inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM sebesar 0,385 dengan nilai signifikansi  $<0,001$  ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Hal tersebut berarti inovasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen.

Keunggulan kompetitif akan semakin meningkat apabila pelaku UMKM berajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen juga meningkatkan inovasi organisasi. Inovasi organisasi sebagai strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM tersebut dalam upaya peningkatan kualitas manajemen organisasi. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kepuasan kerja, pengurangan biaya administrasi serta pengurangan biaya persediaan sehingga nantinya dapat menjadikan keunggulan kompetitif semakin meningkat.

Pemilihan pihak pemasok untuk kebutuhan bahan baku produksi dilakukan dengan bekerja sama kepada pemasok lama dan tidak berganti-ganti pihak pemasok untuk mendapatkan harga bahan baku yang lebih murah dibanding harga di pasaran sehingga terjadi pengurangan biaya administrasi. Pengurangan biaya persediaan hampir selalu dilakukan pada UMKM batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen karena mayoritas pelaku UMKM tersebut adalah usaha mikro yang melakukan produksi dalam skala kecil.

Hasil penelitian pada UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan

Kebumen, Kabupaten Kebumen sesuai dan menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Azzam *et al.*, (2024) yang menunjukkan hasil bahwa inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

## **H. SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh tipe inovasi terhadap kinerja UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. 2) Inovasi proses tidak berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. 3) Inovasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. 4) Inovasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen.

Hasil penelitian pada UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen sejalan dan menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hasnatika dan Nurnida (2018), Kurniasari & Utama, (2018), Lestari *et al.*, (2020), Noviani (2020) dan Al-Azzam *et al.*, (2024) yang menunjukkan hasil bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian pada UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen sejalan dan menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari *et al.*, (2023) dan Azzam *et al.*, (2024) yang menunjukkan hasil bahwa inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian pada UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen sesuai dan menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Azzam *et al.*, (2024) yang menunjukkan hasil bahwa inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Penelitian dengan hasil yang sama juga ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Bahren *et al.*, (2019) tentang membangun keunggulan bersaing melalui inovasi produk, inovasi proses, inovasi marketing dan inovasi organisasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada pelaku usaha bakso di Kota Tasikmalaya. Hasil perhitungan untuk hipotesis1b dengan software Smart PLS 3.0 menunjukkan bahwa inovasi proses tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, dengan nilai P-Value 0,449 artinya hipotesis tidak terdukung.

Terbuktinya hipotesis inovasi produk, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi terhadap keunggulan kompetitif UMKM kerajinan batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen. Dari ketiga variabel independen diatas, variabel inovasi organisasi memiliki pengaruh terbesar terhadap keunggulan kompetitif diikuti variabel inovasi produk dan variabel inovasi pemasaran. Hal ini tentunya dapat menjadi masukan bagi pelaku UMKM Kerajinan Batik di Desa Gemeksekti, Kecamatan Kebumen, Kabupaten Kebumen untuk selalu berusaha meningkatkan inovasi pemasaran dengan lebih

memanfaatkan media sosial seperti membuat konten pemasaran yang kekinian dan menarik, memanfaatkan iklan berbayar, bekerja sama dengan influencer dan tidak hanya berfokus pada efektifitas manajemen organisasi dan inovasi pada produk.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2023). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis (Konsep Dan Contoh Penelitian)*. . Cv.Mega Press Nusantara.
- Arifin, S. (2024). *Meraih Sukses Ekspor Furnitur Indonesia: Strategi Dan Peluang di Pasar Global*. Wawasan Ilmu.
- Asari Andi Et Al. (2023). *Manajemen Inovasi*. CV.Istana Agency.
- Bahren, B., Ramadhani, I., & Suroso, E. (2019). Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Marketing Dan Inovasi Organisasi Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1), 8–18. <https://doi.org/10.37058/Jem.V4i1.689>
- Diharto, A. K. (2022). *Manajemen Inovasi dan Kreativitas*. Gerbang Media Aksara.
- Fiandi, A. (N.D.). *Proses Inovasi Dalam Organisasi Innovation Process In Organizations*. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects Of Innovation Types On Firm Performance. *International Journal Of Production Economics*, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (4th Ed.). Erlangga.
- Lestari, W. A., Budiarto, A., Setiawan, I., Ekonomi, F., & Galuh, U. (N.D.). *Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)*.
- Noviani, L. (N.D.). *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar"*. <https://doi.org/10.47080>
- Oslo Manual : Guidelines For Collecting And Interpreting Innovation Data*. (2005). Organisation For Economic Co-Operation And Development : Statistical Office Of The European Communities.
- Rifhkan. (2023). *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuisisioner*. Penerbit Adab.
- Rika, O. :, Kurniasari, D., Utama, A., Staf, M. S., Jurusan, P., Universitas, M., & Yogyakarta, N. (N.D.). *The Effect Of Product Innovation, Product Creativity, And Product Quality On Competitive Advantage (A Case Study Of Handicraft Enceng Gondok "Akar")*. <http://okezone.com>
- Sastradinata, B. L. N. (2024). *Strategi Umkm Dan Bisnis Kreatif*. PT Bumi Aksara.
- Tijori, Y. (2023). *Strategi Pemasaran Di Era Teknologi Terkini*. Takaza Innovatix Labs.
- Yuningsih, E. & S. E. (2020). *Manajemen Bisnis & Inovasi*. Widina Bhakti Persada Bandung.