

Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Masa Pandemi Covid-19

Dahmiri*, Sylvia Kartika Wulan Bhayangkari, Idham Khalik

Program Studi Manajemen FEB Universitas Jambi

*Correspondence email: dahmiri@unja.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the effect of product quality and innovation variables on the competitive advantage of Culinary MSMEs during the Covid-19 pandemic. In this study, the population was 100 culinary SMEs in Jambi City. Primary data was obtained by giving a statement in the form of a questionnaire, while the technique used was simple random sampling. To analyze the data, descriptive and quantitative methods were used and the analytical tool used was multiple linear regression. The results of the study concluded that the product quality and innovation variables had a positive and significant effect on the competitive advantage variable partially. The results of the simultaneous testing of product quality and innovation variables showed that it had a positive and significant effect on the competitive advantage of Culinary MSMEs during the COVID-19 pandemic in Jambi City.*

Keywords: *product quality, innovation, competitive advantage of SMEs*

Pendahuluan

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat persaingan bisnis semakin ketat apalagi saat ini dunia dilanda pandemi covid-19, sehingga menuntut pelaku usaha untuk lebih teliti memilih strategi bersaing sebagai upaya dalam mengungguli persaingan yang dihadapi pada masa sulit. Orientasi pasar sudah semakin mengarah kepada bervariasinya keinginan pelanggan. Disinilah dibutuhkan keunggulan bagi pelaku usaha dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hadirnya produk di pasar yang semakin beragam baik dari jenis, bentuk, harga, kemasan dan lain-lain berdampak pada semakin selektifnya para pelanggan dalam menentukan barang dan jasa yang akan mereka beli. Masa pandemi covid-19 adalah masa sulit bagi pelaku UMKM khususnya yang bergerak dibidang kuliner. Dampak pandemi Covid-19 sangat berpengaruh bagi pendapatan pelaku UMKM kuliner. Caesa, S. A. (2021) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa ada penurunan pendapatan secara signifikan diterima oleh 59 pelaku UMKM bidang kuliner. Penelitian Santika, Z. D., & Maulana, M. A. (2020) menunjukkan diberbagai UMKM di Indonesia mengalami penurunan bahkan menghentikan aktivitasnya.

Dalam upaya agar unggul dalam persaingan bisnis maka Pelaku Usaha termasuk UMKM harus mampu menghadirkan produk yang berkualitas, bersikap disiplin, fokus, kreatif, inovatif, mampu melihat peluang dan berani mengambil resiko. Wirausaha dituntut untuk memiliki skill khusus, pengetahuan merencanakan, mengolah dengan cara yang unik, mampu menawarkan produk yang kreatif dan inovatif sehingga siap bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Pelanggan akan loyal menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa ketika mereka merasa puas. Salah satu sumber kepuasan pelanggan adalah karena kualitas produk, karena ini merupakan hal yang mendasar bagi terciptanya kepuasan konsumen dan juga merupakan factor alam memenangkan persaingan pasar. Konsumen yang puas muaranya adalah terciptanya loyalitas, yang pada akhirnya secara jangka panjang akan berdampak positif bagi siklus kehidupan perusahaan, dimana hal tersebut akan menjadikan perusahaan akan bertahan pada posisi kedewasaan yang lama. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan selisih dari perbedaan antara apa yang diharapkan konsumen dengan kinerja yang dirasakan konsumen setelah menggunakan barang atau jasa yang mereka beli tersebut (Londong, D., 2012).

Kualitas produk merupakan factor yang teramat penting yang akan mempengaruhi suatu kinerja usaha jangka panjang termasuk pada usaha kuliner. Oleh karena itu pelaku usaha harus benar-benar serius dalam menghadirkan produk yang berkualitas apalagi pada masa pandemic covid 19 ini, dimana produk kuliner banyak sekali bermunculan dengan jenis usaha baru dan jenis kuliner baru. Menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan cerminan dari semua dimensi yang ditawarkan yang memberikan manfaat bagi konsumen. Kualitas barang dan jasa ditentukan oleh berbagai factor dan dimensinya. Konsumen akan membeli produk sangat ditentukan oleh elemen utamanya yaitu kualitas produk. Kotler, P dan Kevin L. Keller, (2012) berpendapat bahwa kualitas suatu produk dicerminkan dari kemampuannya memperagakan fungsinya terkait dengan durabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reliabilitas, reparasi produk dan atribut produk lainnya.

Perkembangan usaha sangat erat kaitannya dengan kemampuan inovasi pelaku usahanya. Seorang wirausaha yang inovatif mampu menciptakan sumber daya produksi yang baru dari yang belum ada menjadi ada atau mampu mengelola sumber daya yang sudah dimiliki dengan menghadirkan peningkatan pada aspek nilai. Jadi inovasi

merupakan kombinasi antara visi untuk membuat gagasan yang baru atau lebih baik dari sebelumnya serta dedikasi dan keteguhan dalam mempertahankan konsep yang dimiliki melalui implementasi di lapangan. Menurut pendapat Hills, G. E., Hultman, C. M., dan Miles, M. P., (2008), dimana inovasi adalah suatu ide, praktik atau objek yang dianggap baru oleh seseorang atau baru menurut unit pengguna lain. Inovasi dapat dilakukan dengan berbagai cara misalnya membuat desain baru, menambah nilai guna barang dan jasa, inovasi kemasan, inovasi harga dan manajemen pemasaran. Alma, B. (2004) berpendapat bahwa inovasi berawal dari kegiatan mengamati konsumen dalam rangka menemukan sesuatu yang baru atau cara-cara baru pada barang atau jasa yang dapat memuaskan konsumen. Kotler, P and Kevin L Keller, (2012) berpendapat bahwa inovasi bukan saja terbatas pada pengembangan produk yang sudah ada akan tetapi inovasi dapat juga berupa ide dan pemikiran bisnis yang baru dan proses yang baru.

Semakin berkembangnya berbagai bidang usaha tentu akan berdampak pada ketatnya persaingan termasuk pada UMKM kuliner. Daya saing harus dimiliki oleh pelaku usaha dalam memenangkan persaingan yang semakin ketat agar usaha mampu bertahan. Keunggulan bersaing merupakan kelebihan suatu unit usaha dalam menghadirkan nilai suatu produk barang dan jasa yang lebih unggul dibandingkan dengan produk pesaingnya serta memberikan manfaat bagi pelanggan. Menurut Porter, M. E., (1998), keunggulan bersaing usaha merupakan kemampuan dalam meraih profit secara ekonomis dengan memperoleh laba diatas para pesaingnya dalam pasar serta industry yang sama. Kotler, P and Kevin L Keller, (2012) berpendapat bahwa keunggulan bersaing merupakan nilai pelanggan yang melampaui pesaing, bias melalui memberikan harga lebih murah, menawarkan manfaat yang lebih banyak dengan harga yang sesuai.

Menurut Dirgantoro, C. (2001), keunggulan bersaing suatu usaha adalah kemampuan menawarkan nilai yang diciptakan unit usaha untuk konsumen, kondisi usaha dimana mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi ketika dibandingkan dengan yang diperoleh para pesaingnya. Semakin baik tingkat keunggulan yang dimiliki unit usaha maka akan semakin tinggi pula keuntungan atau profit yang didapatkan unit usaha tersebut dan demikian juga sebaliknya jika semakin buruk tingkat keunggulan unit usaha maka akan semakin rendah keuntungan yang diperoleh unit usaha tersebut. Hasil pengamatan empiris pada masa pandemi covid-19 terdapat fenomena pada sebagian pelaku UMKM khususnya bergerak dibidang usaha kuliner di Kota Jambi masih bisa bertahan bahkan eksis, mampu mengembangkan dan memiliki keunggulan bersaing, hal ini diduga karena pelaku usaha mampu menyajikan produk yang berkualitas dan memiliki inovasi usaha.

Metode

Penelitian adalah penelitian kuantitatif, dengan populasi yang diambil merupakan seluruh Pelaku UMKM Kuliner di Kota Jambi yang totalnya berjumlah 13.746 orang (BPS.go.id dan Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Jambi, Tahun 2021). Adapun Jumlah sampel penelitian diambil dengan memakai teknik purposive sampling. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus Slovin, dimana didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Rumus penarikan sampel ini dianggap sudah cukup representative dan mewakili seluruh populasi yang ada sehingga hasil penelitian akan mampu menggeneralisasi seluruh populasi. Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif dimana dilakukan deskripsi atas persepsi responden terhadap kuesioner yang diberikan sebagai alat pengumpul data primer. Untuk menguji kevalidan butir-butir kuesioner maka dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS.

Hasil

Penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti memperoleh data antara lain berdasarkan usia pelaku UMKM yang paling banyak adalah pada usia direntang 30-40 tahun yang berjumlah sebanyak 52 orang pelaku usaha. Adapun jenis kelamin pelaku UMKM yang paling dominan adalah berjenis kelamin laki-laki yaitu secara total berjumlah 75 orang pelaku usaha. Sedangkan menurut pendidikan pelaku UMKM terlihat bahwa yang paling banyak adalah tamatan SLTA sebanyak 40 orang pelaku usaha. Berdasarkan lamanya menjalankan usaha didominasi oleh usaha selama 1-5 tahun. Dilihat dari hasil penilaian dari responden terhadap variabel kualitas produk yang berjumlah 14 item pernyataan maka diperoleh nilai rata-ratanya adalah 4,3 dimana angka ini termasuk dalam kategori yang positif. Pada variabel inovasi yang terdiri 6 pernyataan maka diperoleh nilai rata-rata 4,1 dimana angka ini masuk dalam kategori positif, dan pada variabel keunggulan bersaing yang terdiri dari 7 pernyataan didapatkan bahwa nilai rata-ratanya adalah 4,2 yang masuk dalam kategori positif. Hasil pengujian validitas pada setiap pernyataan yang ada dalam kuesioner maka diperoleh hasil korelasi yang angkanya lebih besar dari nilai R tabel yaitu 0,17. Oleh karena itu kesimpulannya adalah bahwa setiap pernyataan pada kuesioner dinyatakan semuanya valid sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data melalui responden. Dari hasil uji reliabilitas didapatkan kesimpulan bahwa setiap variabel didapatkan nilai *Cronbach Alpha* diatas angka 0,6. Jadi dapat disimpulkan dimana semua variabel penelitian ini dinyatakan reliabel dan baik untuk digunakan dalam pengumpulan data primer.

Tabel 1
Hasil Uji SPSS

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,442	1,427		2,766	0,004
	Kualitas Produk	0,132	0,045	0,265	3,413	0,002
	Inovasi	0,341	0,041	0,567	6,332	0,000

Sumber: data olahan

Persamaan hasil regresi linier berganda: $Y = 4,442 + 0,132X_1 + 0,342X_2$

1. Nilai Konstanta (Constant) = 4,442

Nilai Ini bermakna jika semua variabel independennya atau variable kualitas produk dan inovasi dianggap sama dengan nol (0), maka nilai variabel dependen yaitu keunggulan bersaing adalah sebesar 4,442.

2. Variabel Kualitas Produk (X_1) = 0,132

Nilai koefisien variable kualitas. produk bertanda positif terhadap variable keunggulan bersaing dimana nilai koefisien regresinya sebesar 0,132. Ini bermakna bahwa apabila nilai variabel kualitas. produk dinaikkan satu poin atau satu satuan sedangkan variabel inovasi tetap, maka variabel keunggulan bersaing (Y) bisa naik juga sebesar 0,132.

3. Variabel Inovasi (X_2) = 0,341

Nilai. koefisien variable Inovasi memiliki tanda positif terhadap variable keunggulan bersaing dimana nilai koefisien regresinya sebesar 0,341. Ini memiliki makna bahwa tiap nilai variable. Inovasi dinaikkan satu poin atau satu satuan sedangkan variabel kualitas. produk dianggap tetap, maka. variabel keunggulan bersaing (Y) akan juga meningkat 0,341.

Tujuan dari uji hipotesis untuk menguji apakah setiap variable independent mempengaruhi variable dependent secara signifikan dan positif atau sebaliknya.

1) Pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keunggulan bersaing (Y)

Pengujian regresi linier berganda sebagaimana terlihat pada tabel 1 didapatkan nilai signifikansinya adalah sebesar 0,002. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 ($0,002 < 0,05$). Jadi dapat dikatakan bahwa variable kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variable keunggulan. bersaing (Y). ini juga memiliki makna bahwa terdapat hubungan yang linier diantara variable kualitas produk (X_1) dengan variable keunggulan bersaing (Y).

2) Pengaruh inovasi (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y)

Pengujian regresi linier berganda sebagaimana terlihat dalam tabel 1 nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai taraf signifikansi yaitu sebesar 0,05 atau ($0,000 < 0,05$). jadi dapat di tarik kesimpulan bahwa variable inovasi (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variable keunggulan bersaing (Y). makna lain artinya adalah bahwa terdapat. hubungan yang linier. antara variable kualitas. produk (X_1) dengan variable keunggulan bersaing (Y).

Hasil pengujian secara simultan dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variable dependent apakah ia mempengaruhi atau tidak. Hasil olah data dapat dilihat sebagaimana tabel berikut ini.

Tabel 2
Anova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354,112	2	211,074	87,912	,000 ^b
	Residual	235,817	97	2,423		
	Total	589,929	99			

Sumber: data olahan

Tabel 2 atau F test dapat dilihat bahwa F_{hitung} nilainya adalah sebesar 87,912 sedangkan p-value sebesar

0,000. Jadi angka taraf signifikansinya lebih kecil adari nilai $\alpha=0,05$. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwasanya secara bersama-sama atau simultan variable kualitas produk dan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersiang UMKM Kuliner di masa pandemic covid-19 di Kota Jambi.

Tabel 3
Model

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,788 ^a	,643	,714	1,44481

Sumber: data olahan

Tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,714 atau 71,4%. Maknanya adalah bahwa variable kualitas produk dan inovasi berpengaruh sebesar 71,4% terhadap keunggulan bersaing dan Sedangkan 28.6% sisanya dipengaruhi. oleh variable-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan.

Uji t atau pengujian secara parsial yang dilakukan dalam rrangka menguji hipotesis penelitian menghasilkan nilai signifikansi yang lebih kecil dan nilai α (0,05) atau 5%. Ini memperlihatkan bahwa variable kualitas produk (X_1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y). Jadi apabila semakin baik kualitas produk UMKM kuliner maka keunggulan bersaing UMKM kuliner juga akan semakin meningkat, demikian juga sebaliknya, dimana apabila kualitas produk dirasa tidak sesuai atau tidak baik, maka dampaknya adalah menurunnya keunggulan bersaing. Dari hasil survey diperoleh informasi bahwa persepsi responden terhadap kualitas produk UMKM kuliner di Kota Jambi adalah baik. Sebagian besar atau mayoritas pelaku UMKM menyatakan setuju atas pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, jadi dari sini dapat dijelaskan bahwa pelaku usaha setuju jika kualitas produk UMKM Kuliner di Kota Jambi dinilai memiliki kualitas yang baik selama masa pandemic covid 19 dilihat dari tampilan produk, rasa, fitur, daya tahan, kemasan, dan kualitas yang dibeikan oleh pelaku usaha.

Kualitas produk UMKM kuliner yang baik adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam rangka meraih kemenangan dalam persaingan pasar. Kualitas produk akan menciptakan keunggulan bersaing bagi pelaku usaha termasuk UMKM kuliner. Pengelolaan kualitas produk kuliner haruslah disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat menciptakan keunggulan barsaing usaha. Kualitas produk yang unggul akan berdampak langsung pada kinerja usaha, ada hubungan erat antara kualitas dengan nilai, juga berhubungan dengan keunggulan bersaing usaha. Produk dengan kualitas unggul pada prinsipnya akan memberikan pengaruh yang positif pada kelangsungan hidup usaha, dimana konsumen pasti akan memilih produk yang berkualitas terbaik. Kualitas produk yang baik akan menguatkan kedudukan atau posisi produk dalam benak konsumen dan memungkinkan adanya kepuasan konsumen dan pada sisi lain akan menarik konsumen baru yang pada akhirnya akan menciptakan keunggulan bersaing dalam usaha.

Hasil dari penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti, dimana hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap variable keunggulan bersaing. Semakin baik kualitas produk suatu usaha maka akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing usaha (Husain, R. S., 2017 dan Pratiwi, D., Arti, S., Anggraeni, S. P., Faruk, M., & Barkah, C. R., 2019). Nilai signifikansi yang didapatkan dari hasil pengujian hipotesis adalah lebih kecil dari 5%, oleh karena itu bisa diambil kesimpulan bahwa inovasi (X_2) mempengaruhi variable keunggulan bersaing (Y). Dengan kata lain dapat dikemukakan bahwa semakin baik inovasi UMKM kuliner maka akan berdampak pada semakin meningkat keunggulan bersaing, akan tetapi sebaliknya jika inovasi UMKM tidak baik, maka akan dampaknya terhadap menurunnya tingkat keunggulan bersaing UMKM kuliner di Kota Jambi. Jawaban pelaku usaha yang diperoleh dari lapangan hasil survey yang telah dilakukan dapat diketahui dimana persepsi pelaku usaha terhadap inovasi produk UMKM kuliner bernilai baik, dimana sebagian besar pelaku usaha UMKM kuliner menyatakan setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan, hal ini menjelaskan bahwasanya pelaku usaha setuju jika UMKM kuliner di Kota Jambi memiliki inovasi produk selama masa pandemic covid-19. Inovasi ini meliputi jenis produk, desain atau bentuk, rasa, harga dan kemasan. Inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM kuliner ini telah mampu menciptakan keunggulan bersaing usaha di masa pandemic covid 19.

Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dimana menyimpulkan bahwa secara parsial variable inovasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing seperti yang dilakukan oleh (Mulyadi et al., 2016 dan Setiawan, H., 2012). Inovasi berupa ide, praktek dan obyek yang dianggap baru bagi seseorang individu atau bagi unit pengguna lainnya. Inovasi dapat dilakukan oleh perusahaan dengan berbagai cara diantaranya membuat berbagai macam desain produk,

menambah nilai guna barang dan jasa. Inovasi yang dilakukan pada akhirnya dapat meningkatkan keunggulan bersaing usaha (Hills, G. E., Hultman, C. M., dan Miles, M. P., 2008).

Pengujian simultan yang dilakukan diperoleh informasi dimana kualitas produk dan inovasi mempengaruhi keunggulan bersaing UMKM Kuliner di Kota Jambi. Pembuktian terhadap hal ini dapat dilihat melalui hasil uji F dimana diperoleh angka taraf signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), sehingga dapatlah disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak serta hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dalam bahas yang lain dapat dijelaskan bahwa hal ini adalah bukti dimana kualitas produk dan inovasi secara simultan mempengaruhi keunggulan bersaing secara positif dan signifikan pada UMKM Kuliner masa pandemic covid 19 di Kota Jambi. Hasil survey yang dilakukan terhadap para pelaku UMKM kuliner terkait variabel keunggulan bersaing memperoleh hasil yang masuk dalam kriteria baik. Keunggulan bersaing merupakan asset usaha yang sangat berharga karena akan menjadikan usaha dapat bertahan walaupun pada masa yang sulit seperti masa pandemi covid 19. Keunggulan bersaing suatu usaha bukanlah sesuatu yang muncul begitu saja, pelaku usaha harus berusaha meraihnya terutama pada masa pandemi covid 19. Berbagai cara dapat dilakukan untuk mencapai keunggulan bersaing usaha diantaranya adalah dengan meningkatkan kualitas produk dan melakukan berbagai inovasi usaha baik dari jenis, kemasan, harga dan inovasi pemasaran. Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang mana kesimpulannya bahwa secara simultan kualitas produk dan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan. bersaing. Semakin baik kualitas produk dan inovasi usaha maka akan semakin meningkatkan keunggulan bersaing usaha (Bagaskara, T. Y., 2020 dan Christian, J., 2017).

Simpulan

Secara parsial dapat disimpulkan bahwa variable kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner pada masa pandemi covid 19. Variable Inovasi secara parsial juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing UMKM Kuliner pada masa pandemic covid 19. Kualitas produk dan inovasi secara bersama-sama atau secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM Kuliner pada masa pandemic covid 19 di Kota Jambi.

Daftar Pustaka

- Alma, B. (2004). Manajemen Pemasaran Jasa. *Edisi Revisi*. Alfabeta, Bandung.
- Bagaskara, T. Y. (2020). *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Woodenway* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- BPS.go.id dan Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UKM Kota Jambi, 2021.
- Caesa, S. A. (2021). *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Kuliner di Kelurahan Jatimakmur Kecamatan Pondok Gede Kota Bekasi* (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Christian, J. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Clothing Our Bandung Style* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Dirgantoro, C. (2001). Manajemen strategik: konsep, kasus, dan implementasi/oleh Crown Dirgantoro.
- Hills, G. E., Hultman, C. M., & Miles, M. P. (2008). The evolution and development of entrepreneurial marketing. *Journal of Small Business Management*, 46(1), 99-112.
- Husain, R. S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Pia Saronde. *Skripsi*, 1(931412002).
- Kotler, P and Kevin L Keller, (2012). *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson, United States of America.
- Londong, D. (2012). Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction). *dedylondong.blogspot.com*.
- Mulyadi, Welly et al. (2016). *Pengaruh Inovasi, Kreativitas, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Penggunaan Jasa produk Apple Inc)*. Universitas Pelita Harapan.
- Pratiwi, D., Arti, S., Anggraeni, S. P., Faruk, M., & Barkah, C. R. (2019). Pengaruh Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Toko Batik Deden Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(1), 65-77.
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.
- Santika, Z. D., & Maulana, M. A. (2020, October). Penurunan Pendapatan UMKM Akibat Covid-19. In *Seminar Nasional Penalaran dan Penelitian Nusantara* (Vol. 1, No. 1, pp. 150-159).
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Orasi Bisnis: Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga*, 8(2).
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.