

## **STRATEGI PENINGKATAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM MELALUI KAPASITAS INOVASI DENGAN PERSPEKTIF GENDER**

**Maya Yusnita<sup>1</sup>, Nanang Wahyudin<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung  
email: [mayayusnitaubb@gmail.com](mailto:mayayusnitaubb@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the effect of innovation capacity on the competitive advantage of MSMEs as well as to determine differences in innovation capabilities based on a gender perspective. Research respondents were 60 micro business operators in Bangka Regency. Methods of data collection through questionnaires and interviews. Data were processed using linear regression analysis and the Mann-Whitney Test. The results showed that the capability of innovation had a significant effect on the competitive advantage of microbusinesses in Bangka Regency. In terms of gender, there was no difference in innovation capabilities between male and female microenterprise entrepreneurs in Bangka Regency.*

*Keywords: innovation capacity, competitiveness, gender*

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kapasitas inovasi terhadap keunggulan kompetitif UMKM serta mengetahui perbedaan kapabilitas inovasi berdasarkan perspektif gender. Responden penelitian yaitu 60 pelaku usaha mikro di kabupaten Bangka. Metode pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Data diolah dengan menggunakan metode analisis regresi linier serta *Mann-Whitney Test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM di kabupaten Bangka. Dari perspektif gender menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan kapabilitas inovasi antara pelaku UMKM antara laki-laki dan perempuan di kabupaten Bangka. Untuk meningkatkan keunggulan kompetitif bagi UMKM di Kabupaten Bangka dapat dilakukan melalui program pendidikan dan pelatihan kepada para pelaku UMKM khususnya yang berkaitan dengan upaya peningkatan inovasi produk, seperti pelatihan mengenai packaging dan e-commerce.

Kata kunci: kapasitas inovasi, keunggulan kompetitif, gender, umkm

### **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Nasional. Peran penting UMKM secara umum dapat dilihat dari perkembangan yang signifikan dan peran UMKM sendiri sebagai penyumbang PDB terbesar di Indonesia (Hapsari, 2014). Tercatat sekitar 98% pelaku ekonomi mayoritas merupakan pelaku UMKM yang terus mengalami pertumbuhan secara signifikan serta menjadi sektor usaha yang menopang stabilitas perekonomian nasional (Santosa, 2017). Pada sisi lain, sektor usaha kecil dan informal juga memberikan kontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor usaha kecil dan informal memiliki beberapa keunggulan dibandingkan usaha besar dan menengah lainnya, seperti kemampuan dalam menyerap tenaga kerja, menggunakan sumberdaya lokal serta usaha yang relatif fleksibel (Supriyono dalam Putra, 2015). Jika dilihat dari peran wirausaha, maka dapat kita sepakati bahwa pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial ekonomi sangat dipengaruhi oleh faktor inovasi dan kewirausahaan (Bercovitz dan Feldman, 2006;

Cooke, 2006; Etzkowitz dan Kolfsten, 2005 dalam Sulastri, 2015). Namun, kontribusi UMKM yang tinggi belum dapat menjadikan UMKM di Indonesia memiliki daya saing yang tinggi (Lantu, 2016). Berdasarkan fakta mengenai kesiapan Indonesia menjelang perdagangan bebas 2015, daya saing global Indonesia berada pada peringkat ke-50 dari 144 negara. Sedangkan untuk negara ASEAN lainnya, seperti Singapura pada urutan ke-2, Malaysia urutan ke-25, Brunei 28 dan Thailand pada urutan ke-38 (Meliala, 2014).

Berdasarkan data rekapitulasi perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, menunjukkan bahwa jumlah industri kecil di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebesar 12,7% dari 15.106 unit pada Tahun 2017 menjadi 17.024 unit pada Tahun 2018. Fenomena pertumbuhan industri kecil ini menarik untuk diteliti mengenai bagaimana inovasi yang dimiliki oleh UMKM ini sendiri sehingga diharapkan dapat mencapai keunggulan bersaing. Adapun sektor pada IKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdiri dari sektor pangan, sandang, kimia dan bahan bangunan, logam dan elektronika, serta kerajinan.

Perusahaan dikatakan berhasil dalam konteks industri dapat dilihat dari kemampuannya menghasilkan penjualan, laba dan *market share* (Sulistyandari dan Handayani, 2011). Untuk mencapai keunggulan bersaing maka diperlukan strategi. Strategi merupakan representasi dari fenomena yang memicu tercapainya keunggulan bersaing perusahaan (Hameed, 2009). Keunggulan bersaing merupakan nilai yang diciptakan oleh perusahaan untuk mendefinisikan dirinya dari para pesaing (Petzer, 2008). Keunggulan bersaing perusahaan berasal dari dua sumber yaitu lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang meliputi: sumber-sumber daya manusia, modal, pemasok/supplier, pelanggan dan juga mitra kerja. Strategi kompetitif meliputi biaya rendah dan diferensiasi. Salah satu indikator pembentuk daya saing adalah ketenagakerjaan dan sumberdaya manusia (SDM). Oleh karena itulah peran SDM merupakan aspek penting dalam menciptakan sebuah keunggulan kompetitif. Peran SDM disini dapat dilihat dari kinerja, kompetensi, dan inovasi yang mendukung pencapaian keunggulan bersaing tersebut (Paramita, 2019). Terdapat 5 (lima) indikator dari keunggulan bersaing, yaitu: keunikan produk/layanan, variasi produk, harga/nilai produk, reputasi perusahaan dan pengalaman pelanggan (Reniati, 2013).

Hurley dan Hult dalam Jayaningrum (2018) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Menurut Sukarmen (2013) Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Sedangkan Ellitan dan Lina (2009:36) menyatakan bahwa inovasi merupakan perubahan yang mencakup kreatifitas untuk menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baru yang dikembangkan di dalam maupun di luar perusahaan. Melalui inovasi secara tidak langsung membuka peluang bagi perusahaan untuk memasarkan produk baru pada segmen yang berbeda. Apabila perusahaan tidak agresif dalam melakukan inovasi berisiko tertinggal dengan perusahaan pesaing, dalam rantai nilai (Porter, 1993:156). Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari manajemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang superior. (Utaminingsih, 2016). Bagi perusahaan kecil dan menengah inovasi produk merupakan hal yang penting bagi kelangsungan bisnis secara berkelanjutan dan upaya untuk melakukan inovasi produk merupakan fungsi penting dari pihak manajemen suatu perusahaan karena inovasi produk dapat menentukan suatu kinerja pemasaran yang berkualitas (Nasir, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Farhas dkk. (2016) menghasilkan temuan bahwa inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Urbancova Hana (2013) menemukan bahwa inovasi merupakan kunci dari keunggulan

kompetitif yang menjadi faktor penentu dari kesuksesan usaha dari organisasi (*innovation are a key source of a competitive advantage that determines the economic success of each organisation*). Penelitian oleh Saputri (2019) menyimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan *Entrepreneur Self Efficacy* (ESE) yang signifikan antara pengusaha laki-laki dan perempuan. Adapun lima area dalam dimensi ESE diantaranya, pemasaran, inovasi, manajemen, pengambilan risiko dan kontrol keuangan (Shaheen, 2018).

## Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada sejumlah usaha mikro di kabupaten Bangka provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada responden. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Peneliti memilih secara acak (tidak memperhatikan strata dalam populasi penelitian). Berdasarkan jumlah Industri Kecil di Kabupaten Bangka pada Tahun 2018, yaitu sebanyak 1.840 unit, maka peneliti memilih 60 unit industri kecil sebagai objek dalam penelitian ini. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier untuk menguji apakah kapasitas inovasi memiliki pengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Bangka. Selain itu, untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kapasitas inovasi antara pelaku UMKM laki-laki dan perempuan, peneliti menggunakan analisis *Mann-Whitney Test*.

## Hasil dan Pembahasan

### a. Deskripsi Responden

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, lama usaha dan sektor usaha sebagai berikut:

**Tabel 1.** Responden menurut Usia

Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
< 30	11	18,33
30-40	21	35,00
>40	28	46,67
Total	60	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa, usia responden lebih dari 40 tahun memiliki proporsi terbesar yakni sebanyak 28 orang (46,57%), sedangkan rentang terkecil adalah umur < 30 tahun yakni berjumlah 11 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di daerah penelitian berada pada usia produktif. Responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 2.** Responden menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	42	70
Perempuan	18	30
Total	60	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 2 diatas. Berdasarkan tabel tersebut terlihat bahwa, dari 60 responden, sebanyak 42 responden

(70%) adalah laki-laki dan 18 responden (30%) adalah perempuan. Hal ini menunjukkan adanya dominasi kaum laki-laki pada pelaku umkm di daerah penelitian. Responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.** Identitas Responden menurut Lama Usaha

Lama Usaha (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
<5	23	38,33
5-10	19	31,67
10-15	8	13,33
15-20	1	1,67
>20	9	15
Total	60	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Tabel 3 di atas mendeskripsikan identitas responden berdasarkan lama usaha. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa, persentase terbesar yaitu responden dengan lama usaha kurang dari 5 tahun (38,33%). Terlihat pula, penyebaran responden menurut lama usaha ini cukup merata disetiap indikator, bahkan dengan lama usaha > 20 tahun, terdapat 9 orang pelaku usaha mikro yang tercatat. Hal ini menunjukkan bahwa umkm di daerah penelitian didominasi oleh umkm yang masih berpotensi untuk berkembang. Berikut responden berdasarkan sektor usaha:

**Tabel 4.** Responden menurut Sektor Usaha

Sektor Usaha	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
-Perdagangan, Hotel, dan Restoran	26	43,33
-Jasa	21	35
-Industri	9	15
-Perkebunan dan Peternakan	4	6,67
Total	60	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4 terlihat bahwa, sebagian besar responden berasal dari sektor usaha perdagangan, hotel, dan restoran (43,33%), kemudian dilanjutkan dengan sektor jasa sebesar 35%. Sektor industri berjumlah 9 orang (15%), serta sektor perkebunan dan peternakan memiliki persentase terkecil yaitu 6,67%.

#### b. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap butir dengan skor total yang merupakan tiap skor pernyataan yang dijawab oleh responden dengan menggunakan rumus teknik korelasi total *product moment*. Untuk menguji valid dan tidaknya pertanyaan yang akan diajukan dengan membandingkan nilai *r* hitung (*Corrected Item - Total Correlation*), dibandingkan dengan nilai *r* tabel dengan tingkat kepercayaan 95 % ( $\alpha = 5\%$ ) dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden maka diperoleh nilai *r* tabel 0.2542. Hasil pengujian validitas data dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Validitas Variabel Kapasitas Inovasi

Pertanyaan	r-hitung ( <i>Corrected Item - Total Correlation</i> )	r-tabel	Keterangan
1	0,759	0.2542	Valid
2	0,587		Valid
3	0,828		Valid
4	0,518		Valid
5	0,589		Valid
6	0,487		Valid
7	0,404		Valid
8	0,397		Valid

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5 di atas dapat dijelaskan nilai r-hitung (*corrected item correlation*) dari 8 pernyataan pada variabel kapasitas inovasi lebih besar dari r-tabel yang berarti indikator variabel kapasitas inovasi adalah valid, hal tersebut menunjukkan bahwa semua indikator variabel kapasitas inovasi layak digunakan analisis lebih lanjut.

**Tabel 6.** Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Kompetitif

Pertanyaan	r-hitung ( <i>Corrected Item - Total Correlation</i> )	r-tabel	Keterangan
1	0,807	0.2542	Valid
2	0,810		Valid
3	0,814		Valid
4	0,822		Valid
5	0,582		Valid
6	0,363		Valid

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat dijelaskan nilai r-hitung (*corrected item correlation*) dari 6 pertanyaan pada variabel keunggulan kompetitif lebih besar dari r tabel, yang berarti indikator variabel keunggulan kompetitif adalah valid, hal tersebut menunjukkan bahwa semua indikator variabel keunggulan kompetitif layak digunakan analisis lebih lanjut.

Selanjutnya dilakukan pengujian terhadap reliabilitas data. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya. Koefisien reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien *Alpha (α) Cronbach*, semakin besar nilai alphanya, maka semakin tinggi reliabilitasnya, semakin rendah nilai alphanya maka reliabilitasnya semakin rendah. Variabel reliabel apabila koefisien Alpha > 0,742 dan Variabel tidak reliabel apabila koefisien Alpha < 0,742.

**Tabel 7.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kapasitas Inovasi	0,752	Reliabel
Keunggulan Kompetitif	0,809	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2019

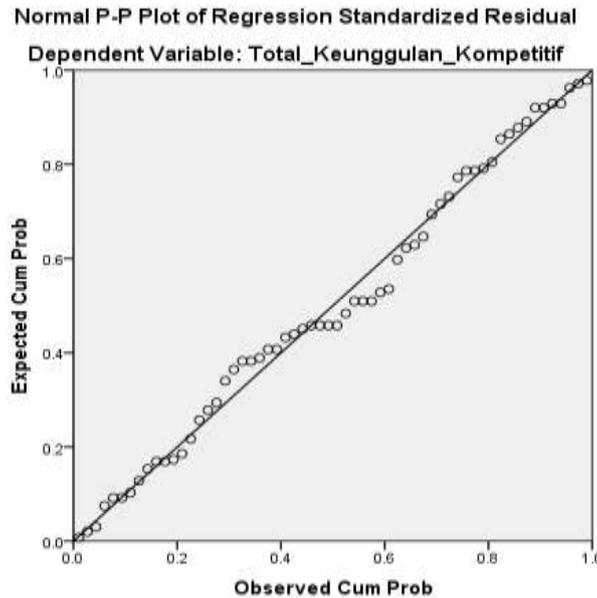
Berdasarkan Tabel 7 di atas dapat dijelaskan koefisien alpha dari 2 variabel (Kapasitas Inovasi dan Keunggulan Kompetitif) memiliki nilai diatas 0,742 sehingga dapat

dijelaskan bahwa semua variabel adalah reliabel atau memiliki reliabilitas yang tinggi. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa semua variabel dapat digunakan dalam penelitian.

**c. Uji Normalitas**

Pengujian terhadap normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat grafik dan Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan grafik dapat dilihat pada Gambar berikut:

**Gambar 2. Normal P-P Plot**



Berdasarkan grafik *Normal Probability Plot* terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya maka nilai residual tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Untuk memperkuat hasil di atas maka dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov Test dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 8. Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.81331615
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.065
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber: data primer diolah, 2019

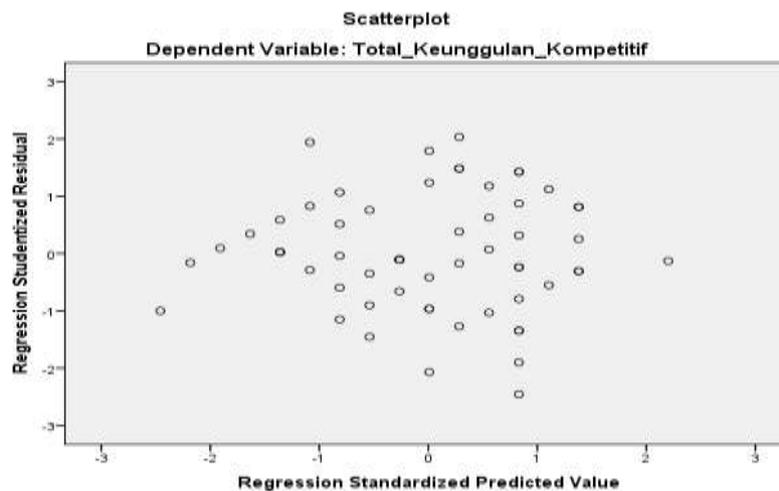
Berdasarkan output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp.Sig 2-tailed*) Kapasitas Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05

(0,200 > 0,005), maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memnuhi asumsi normalitas.

**d. Uji Heteroskedastisitas**

Regresi yang baik harus bebas dari penyimpangan asumsi klasik seperti heteroskedastisitas. Berdasarkan Gambar 3, terlihat titik-titik menyebar secara acak, dan tidak membentuk pola tertentu, serta menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam data penelitian ini.

**Gambar 3.** Uji Heteroskedastisitas



**e. Analisis Regresi Linier**

Data yang diperoleh dari responden dianalisis dengan menggunakan model regresi linier sederhana. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak (Sugiyono, 2011).

**Tabel 8.** Hasil Analisis Regresi Linier

Variabek bebas	Koefisien	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	7,533	2,245	3,355	0,001
Kapasitas inovasi	0,537	0,067	7,957	0,000

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, mada dapat disusun persamaan regresi dalam penelitian ini adalah  $Y = 7,533 + 0,537X$ . Nilai konstanta sebesar 7,533 menunjukkan bahwa variabel kapasitas inovasi memiliki kontribusi yang bersifat positif terhadap keunggulan kompetitif. Koefisien regresi kapasitas inovasi sebesar 0,537 yang berarti menunjukkan kapasitas inovasi yang semakin baik akan meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM.

Hasil perhitungan yang telah diperoleh dari nilai sig.  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa kapasitas inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa kapasitas inovasi akan meningkatkan keunggulan kompetitif bagi umkm di Kabupaten Bangka. Menurut Hurley et al., (1998) inovasi adalah kapasitas atau kemampuan untuk memperkenalkan proses, produk atau jasa, atau ide baru dalam organisasi. Pendapat ini diperkuat juga oleh pendapat Jin et. al. (2004) bahwa inovasi merupakan kemampuan inti organisasi untuk menguasai dan menjaga holistic value-dynamic dimana peluang perubahan dieksploitasi dan ideide baru dimunculkan, diterjemahkan, dan diimplementasikan dalam praktik. Inovasi sangat penting jika inovasinya positif dapat menimbulkan keunggulan bersaing. Proses inovasi sangat penting, karena hal ini akan berdampak pada Keunggulan Bersaing. Pendapat tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Farhas, dkk (2016), Ayuningum dan Pangestuti (2018) yang menyimpulkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Demikian penelitian Sandvik et al (2003) yang menyatakan semakin inovatif suatu produk maka nilai yang diberikan pada konsumen pun akan semakin tinggi dan tingkat diferensiasi yang ditawarkan pun semakin tinggi pula. Oleh karena itu, makin besar kapasitas inovasi makin besar pula keunggulan bersaing.

**f. Analisis Mann-Whitney Test**

Analisis *Mann-Whitney Test* digunakan untuk mengetahui perbedaan median 2 (dua) kelompok bebas, yang dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kapasitas inovasi antara pelaku UMKM laki-laki dan perempuan.

**Tabel 9.**  
**Hasil Analisis Mann-Whitney Test**

Ranks			
Jenis Kelamin		N	Mean Rank
Kapasitas Inovasi	Laki-Laki	42	31,54
	Perempuan	18	28,08
	Total	60	
Sum of Ranks			
			1324,50
			505,50

Test Statisticsa	
	Kapasitas Inovasi
Mann-Whitney U	334,500
Wilcoxon W	505,500
Z	-0,705
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,481

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan tabel hasil analisis *Mann-Whitney Test* di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan kapasitas inovasi antara pengusaha laki-laki dan perempuan pada usaha mikro di kabupaten Bangka dengan nilai asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,481 dimana lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti untuk mencapai keunggulan bersaing, baik pelaku UMKM berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, memiliki kapasitas inovasi yang sama dalam mengembangkan usaha yang mereka geluti. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Saputri (2019) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan *Entrepreneur Self Efficacy* (termasuk didalamnya dimensi inovasi) yang signifikan antara pengusaha laki-laki dan perempuan. Hal itu diperoleh dari item-item yang telah dibuat oleh peneliti dari enam komponen yang

seluruhnya terwakili yaitu mempunyai keinginan, keyakinan, energi dan tindakan dalam berwirausaha.

### Simpulan

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis regresi, maka dapat disimpulkan bahwa kapasitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM di kabupaten Bangka. Semakin meningkat kapasitas inovasi yang dimiliki pelaku UMKM akan semakin tinggi keunggulan kompetitifnya. Sedangkan dilihat dari perspektif gender menunjukkan tidak terdapat perbedaan kapasitas inovasi antara pengusaha laki-laki dan perempuan UMKM di Kabupaten Bangka. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan pemerintah dapat menyelenggarakan program pendidikan dan pelatihan kepada para pelaku UMKM khususnya yang berkaitan dengan upaya peningkatan inovasi produk, seperti pelatihan mengenai *packaging* dan *e-commerce*. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan secara konsisten ini diharapkan dapat mendorong upaya peningkatan daya saing UMKM khususnya di era disrupsi saat ini.

### Referensi

- Ellitan, Lena dan Lina Anatan. 2009. *Manajemen Inovasi : Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: Alfabeta.
- Farhas, Rizqon Jamil dkk. 2016. Membangun Keunggulan Bersaing melalui Inovasi, Manajemen Pengetahuan dan Orientasi Pasar (Studi pada Usaha Mikro Produk Makanan Khas Riau di Kota Pekanbaru). *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis* Vol. VIII No. 1 Januari 2016.
- Hameed, Imran. (2009). *Sources of Business Competitive Advantage: A Review*. *Journal of Business & Economics*. July-December. Pp. 222-233.
- Hana, Urbancova. 2013. *Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge*. *Journal of Competitiveness* Vol. 5 Issue 1 pp 82-89, March 2013; ISSN 1804-1728.
- Hapsari, Pradya Paramita. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintahan Kota Batu). *Jurnal Wacana* Vol. 17 No. 2, ISSN: 1411-0199, E-ISSN: 2338-1884.
- Jayaningrum, Erni dkk. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Kuliner Kafe Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 54 No. 1 Januari 2018.
- Jin, Zhonggi, Nola Hewitt, dan Nicholas J. Thompson. 2004. Innovativeness and Performance: Evidence From Manufacturing Sectors. *Journal of Strategic Marketing*. Vol.12, p: 255-266
- Lantu, Donald Crestofel dkk. 2016. Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi* Vol. 15, No. 1 2016.
- Meliala, Andi Suranta dkk. 2014. Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah berbasis Kaizen. *Jurnal Optimasi Sistem Industri* Vol. 13, No. 2, April 2014: 641-664, ISSN 2088-4842.

- Nasir. A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 5. No. 1.
- Paramita, Catarina Cori Pradnya dkk. 2019. Mencapai Keunggulan Bersaing Usaha Kecil Menengah. *IKRAITH-HUMANIORA*, Vol. 3 No. 1, Maret 2019.
- Porter, Michael E. 1993. *Keunggulan Bersaing*. Alih Bahasa oleh Agus Darma, Agus Maulana, E. Jasjfi, Ujian Wahyu Suprpto. Cetakan Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Putra, Tranggana Gani. 2015. Peran Pemerintah Daerah dan Partisipasi Pelaku Usaha dalam Pengembangan UMKM Manik-Manik Kaca di Kabupaten Jombang. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, Vol. 3, No. 1, Januari-April 2015, ISSN: 2303-341X.
- Reniaty. 2013. *Kreativitas Organisasi & Inovasi Bisnis*. ALFABETA. Bandung.
- Sandvik, Izabela Leskiewicz dan Kare Sandvik. 2003. The Impact of Market Orientation on Product Innovativeness and Business Performance. *International Journal of Research in Marketing*. Vol. 20, p: 355- 376.
- Santosa, Adil Makmur. 2017. Strategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan UKM Kota Bekasi. *Jurnal Parameter* Vol. 2, No. 1, ISSN: 1979-8865.
- Saputri, Sagita Trisna. 2019. Analisis Perbedaan *Entrepreneurial Self Efficacy* ditinjau dari Jenis Kelamin. *Tesis*. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Shaheen, Noor & Shafiq Al-Haddad. 2018. *Entrepreneurial Self Efficacy and Entrepreneurial Behavior*. *International Journal of Development and Sustainability*, Vol. 7 Number 10 (2018): Pages 2385-2402 ISSN: 2186-8662.
- Sugiyono, 2011. *Statistika untuk Penelitian*. ALFABETA: Bandung.
- Sulastri, Reni Endang & Nova Dilastri. 2015. Peran Pemerintah dan Akademisi dalam Memajukan Industri Kreatif Kasus pada UKM Kerajinan Sulaman di Kota Pariaman. *Book of Proceedings SNEMA-2015*. ISBN: 978-602-17129-5-5.
- Sulistiyandari dan Sri Retno Handayani. 2011. Membangun Keunggulan Bersaing Berkelanjutan: Sebuah Kajian Literatur Pada Konteks Usaha Kecil dan Menengah. *Proceeding Seminar Nasional & Call For Papers*. Vol 1. No.1 retrieve from <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/issue/view/13>.
- Utaminingsih. A. (2016) Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 31. No. 2.