

## SISI GELAP IKM SAPU GLAGAH PURBALINGGA: STRATEGI PEMANFAATAN KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING

**Calista Humairo<sup>1</sup>, Ani Candra Nurhayati<sup>2</sup>, Bahtiar Efendi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sains Al-Qur'an

<sup>1</sup>email: [calistahumairo06@gmail.com](mailto:calistahumairo06@gmail.com)

<sup>2</sup>email: [enicandra@unsiq.ac.id](mailto:enicandra@unsiq.ac.id)

<sup>3</sup>email: [bahtiarefd@unsiq.ac.id](mailto:bahtiarefd@unsiq.ac.id)

### ABSTRACT

This research investigates Strategieses to enhance the deployment of innovative capabilities through the dimensions of product innovation, process innovation, and service innovation on of competitive advantage in the Small and Medium Industries (SMIs) Glagah Brooms, Purbalingga Regency. The appropriate strategies for this investigation is a quantitative descriptive, which emphasizes the collection and analysis of data distributed to 106 respondents, all of whom are proprietors of the Small and Medium Industries (SMIs) in Glagah Brooms, Purbalingga Regency. The data were subjected to analysis multiple linear regression techniques and were processed utilizing IBM SPSS version 25.0 The results of this research show that: 1) Product innovation has no effect on competitive advantage. 2) The innovation process has a positive and significant effect on competitive advantage. 3) Service innovation has a positive and significant effect on competitive advantage.

Keywords: Small and Medium Industries (SMIs) Glagah Brooms, Innovation Capability, Product Innovation, Process Innovation, Service Innovation, Competitive Advantage.

### ABSTRAK

Studi ini mengkaji strategi untuk meningkatkan pemanfaatan kemampuan inovasi melalui dimensi inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pelayanan terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil dan Menengah (IKM) Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga. Pendekatan yang cocok pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif yang berfokus pada pengumpulan dan pengolahan data yang kami bagikan kepada 106 responden yang merupakan pemilik Industri Kecil dan Menengah (IKM) Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Inovasi produk tidak menunjukkan pengaruh terhadap keunggulan bersaing. 2) Inovasi proses menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. 3) Inovasi pelayanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Kata kunci: Industri Kecil dan Menengah (IKM) Sapu Glagah, Kemampuan Inovasi, Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Pelayanan, Keunggulan Bersaing.

### 1. Pendahuluan

Industri Kecil Menengah (IKM) Sapu Glagah dinilai memiliki prospek yang menjanjikan, mengingat permintaan pasar yang terus meningkat. Namun, tingginya minat permintaan pasar menimbulkan banyak pesaing yang hadir dan memberikan tantangan dalam mempertahankan posisi di pasar. Dalam menghadapi permasalahan persaingan, setiap industri harus memahami metode pengelolaan sumber daya yang dimiliki melalui kemampuan dalam menciptakan keunggulan bersaing (Wiyono, E. 2020). Dalam mencapai keunggulan bersaing ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan seperti pengembangan produk, harga, dan pelayanan (Syafi'i, Akhmad, Shobichah, & Mulyani, 2023).

Sebuah industri dikatakan mencapai keunggulan bersaing ketika industri tersebut mampu menciptakan inovasi (Isnatul Fariah, 2023). Tujuan utama melakukan strategi pemanfaatan dalam mencapai keunggulan bersaing adalah untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan posisinya di pasar. Umumnya keunggulan bersaing menggambarkan keunikan dari produk yang dihasilkan, kemampuan memproduksi dengan biaya yang lebih rendah tanpa mengorbankan kualitas, menawarkan pelayanan yang responsif. Realitanya adanya persaingan di pasar mengakibatkan kompetitor berusaha membuat produk mereka menjadi lebih unggul dibandingkan produk lain. Karena jika mereka tidak bisa beradaptasi dengan cepat, mereka

berisiko kehilangan relevansi di pasar. Berikut adalah data jumlah pemilik IKM sapu glagah yang ada di Kabupaten Purbalingga:

**Tabel 1 Pemilik IKM Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga**

No	Kecamatan	Jumlah Pemilik
1.	Kecamatan Bojongsari	20
2.	Kecamatan Karangjambu	14
3.	Kecamatan Karangmoncol	43
4.	Kecamatan Karangreja	20
5.	Kecamatan Kutasari	10
<b>Total</b>		<b>107</b>

\*) Sumber: Data diambil dari IKM Sapu Glagah Purbalingga

Berdasarkan Tabel 1 IKM Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga diharapkan lebih memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan melalui pemanfaatan kemampuan inovasi dalam rangka mencapai keunggulan bersaing. Untuk mencapai keunggulan bersaing, pelaku industri ditekankan untuk terus meningkatkan kemampuan inovasi. Kemampuan inovasi ini dinilai mampu menjadi dasar pengembangan dan keberhasilan produk supaya diminati pelanggan.

Sebagai pelanggan, mereka akan mempertimbangkan beberapa aspek terhadap produk yang akan mereka beli. Untuk itu, industri dinilai perlu menciptakan inovasi produk melalui keberagaman desain produk, dan peningkatan manfaat yang diharapkan bisa mempertahankan keunggulan bersaing (Lona Noviani, 2020). Inovasi produk merupakan sebuah metode menghasilkan produk baru yang dinilai mampu menarik daya beli masyarakat (Rizka Agus Himawan, 2021). Inovasi produk merujuk pada penemuan teknologi baru dengan tujuan memperoleh komersial dengan mempertimbangkan keinginan konsumen (Muhammad Hafidz Kasuma, 2021). Realitanya pengembangan tren pasar dan teknologi sudah mulai diterapkan pada metode inovasi terhadap produk mereka. Berikut adalah jenis sapu glagah yang berkembang di Kabupaten Purbalingga:

**Tabel 2 Jenis Sapu Glagah**

No	Nama Jenis Sapu	Harga
1.	Sapu Miring Sebelah	Rp. 12.000
2.	Sapu Jari	Rp. 11.000
3.	Sapu Udang	Rp. 14.000
4.	Sapu Lakop	Rp. 11.000
5.	Sapu Kipas	Rp. 10.000
6.	Sapu Asoy	Rp. 11.000

\*) Sumber: Data diambil dari IKM Sapu Glagah Purbalingga

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa inovasi produk sudah mulai diterapkan oleh pemilik Sapu Glagah di Kabupaten Purbalingga. Dalam menjalankan inovasi produk sudah tentunya memerlukan inovasi proses dalam merencanakan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan dinilai mampu menambah nilai suatu produk. Inovasi proses menggunakan penerapan metode produksi yang telah mengalami peningkatan (Radhiana, Kasmaniar & Mukhdasir, 2023). Inovasi proses menekankan bahwa organisasi harus fokus merancang proses yang menghasilkan pengembalian optimal dan memanfaatkan teknologi dalam pemanfaatan kemampuan inovasi (Peter Chenge Mugo & Juliana Mulaa Namada, 2020). Metode inovasi proses ini melibatkan analisis dari penilaian potensi pasar, biaya, dan memastikan bahwa inovasi selaras dengan tujuan bisnis (Rizka Agus Himawan, 2021). Realitanya pengaplikasian inovasi proses sudah mulai diterapkan oleh pemilik Sapu Glagah dan para pemilik sudah mulai memahami pengetahuan mengenai teknik, dan metode baru dalam mengembangkan sebuah produk.

Kemampuan inovasi terakhir yang harus dimiliki oleh Industri Kecil menengah (IKM) yaitu kemampuan inovasi pelayanan. Inovasi pelayanan memberikan keuntungan bagi pihak perusahaan melalui penawaran jasa terhadap pelayanan (Ilham Maulana, Nor Norisanti, Sopyan Saori, 2023). Inovasi pelayanan berfokus pada peningkatan interaksi dan keterlibatan pelanggan yang melibatkan saluran komunikasi baru, pelayanan yang dipersonalisasi, dan mekanisme umpan balik yang dapat meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan (George Dominic Kofi Mante, 2024). Inovasi pelayanan digambarkan

sebagai proses bertahap yang mencakup pengembangan ide, pengembangan pelayanan, dan komersialisasi dengan menekankan pentingnya membawa pelayanan yang dikembangkan ke pasar (Anthony Aniagbaoso Igwe, 2024). Realitanya inovasi pelayanan pada Industri Kecil Menengah (IKM) Sapu Glagah dianggap dapat memahami kondisi pasar berdasarkan finansial, teknologi, maupun sumber daya manusia yang dimiliki.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan kemampuan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, hal ini menjadi alasan kuat untuk memilih IKM Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga menjadi objek penelitian.

## 2. Tinjauan Pustaka

*Grand theory* yang dipakai dalam penelitian ini teori *Dynamic Capabilities*. Menurut Teece & Pisano (1997) *Dynamic Capabilities* merupakan kemampuan dalam menciptakan, mengasimilasi keterampilan dalam menghadapi perubahan lingkungan dalam menghadapi persaingan. Secara garis besar, *Dynamic Capabilities* dapat diartikan sebagai respon dalam menghadapi lingkungan yang berubah dengan menyesuaikan sumber daya yang ada.

Wang & Ahmed (2007) menyatakan bahwa kapabilitas dinamik dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti *adaptive capability* yang berfokus mengidentifikasi peluang yang muncul dari pasar. *Absorptive capability* berfokus mengevaluasi pengetahuan dari luar organisasi. Terakhir *innovative capability* berfokus pada bagaimana cara yang dilakukan untuk mengembangkan produk. *Innovative capability* mencakup inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pelayanan. Untuk itu, peneliti meyakini bahwa *innovative capability* dinilai mampu mengakuisisi keunggulan bersaing pada IKM Sapu Glagah di Kabupaten Purbalingga.

### Keunggulan Bersaing

Menurut Rizka Agus Himawan (2021) keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam menerapkan strategi yang memungkinkan produsen

melakukan pemasaran produknya secara efektif agar menciptakan nilai lebih terhadap produk maupun pelayanan bagi konsumen dibandingkan pesaingnya. Menurut Ilham Maulana, Nor Norisanti, Sopyan Saori (2023) keunggulan bersaing menunjukkan peningkatan berkelanjutan dalam mempertahankan posisi kompetitif. Menurut George Dominic Kofi Mante (2024) keunggulan bersaing digambarkan sebagai keunggulan unik yang dimiliki perusahaan dibandingkan para pesaingnya. Keunggulan bersaing ini berorientasi pada penjualan dan mempertahankan pelanggan. Dari beberapa definisi diatas, keunggulan bersaing dapat disimpulkan sebagai kemampuan dalam meraih keuntungan oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama.

Indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi produk menurut Thompson et al. (2022) sebagai berikut:

1. Manajemen Biaya Efisien  
Secara internal, manajemen biaya efisien dapat dilakukan dengan mencari peluang penghematan biaya di setiap aspek operasional.
2. Perubahan Rantai Nilai Perusahaan terhadap Aktivasnya  
Pembenahan rantai nilai mencakup penjualan langsung ke pelanggan, menyederhanakan proses produksi, serta mengurangi biaya logistik.
3. Meningkatkan Diferensiasi  
Peluang diferensiasi dapat dilakukan dengan cara membuat fitur produk, meningkatkan pelayanan pelanggan atau menambahkan pelayanan, menekankan kegiatan pengelolaan sumber daya manusia dalam meningkatkan keterampilan, keahlian, dan pengetahuan.
4. Perubahan Nilai untuk Meningkatkan Diferensiasi  
Peningkatan diferensiasi produk secara eksternal dilakukan dengan berkoordinasi dengan pemasok untuk melihat kebutuhan pelanggan melalui siklus pengembangan produk baru atau mempercepat pengiriman ke pelanggan.

## Inovasi Produk

Inovasi produk memberikan kesempatan yang sama bagi produsen dalam menjaga produk agar tetap kompetitif (Lutfia Zahra Amalia, 2021). Inovasi produk mengacu pada pengembangan produk baru secara signifikan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan dapat meningkatkan profitabilitas serta mempertahankan keunggulan bersaing di pasar global (Rizka Agus Himawan, 2021). Menurut Suci Ardini Rahmawati (2023) inovasi produk meliputi proses pengembangan ide dari segi teknologi, atau penciptaan produk baru yang mampu bersaing dipasar yang sama. Proses ini dimulai dengan ide inovatif yang menjadi dasar bagi penciptaan produk baru, sehingga hasilnya akan membedakan perusahaan dari pesaing dan dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen. Untuk itu, dalam melakukan inovasi produk memerlukan perencanaan yang matang agar bisa menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan dan mampu mengatasi perubahan lingkungan yang cepat.

Indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi produk menurut Rogers (2023) sebagai berikut:

1. Jumlah Produk Baru yang Diluncurkan  
Indikator ini menunjukkan seberapa aktif perusahaan dalam berinovasi dan memperkenalkan produk baru ke pasar. Peluncuran produk baru bisa mencakup desain atau penggunaan material ramah lingkungan yang dapat menarik segmen pasar.
2. Tingkat Penerimaan Pasar terhadap Produk Baru  
Tingkat penerimaan yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa produk baru memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, serta mendukung strategi pemasaran yang efektif.
3. Investasi dalam Pengembangan Produk  
Investasi dalam pengembangan produk dapat mencakup penelitian tentang bahan baku baru, teknologi produksi yang lebih efisien, atau desain produk yang lebih menarik.

## Inovasi Proses

Inovasi proses melibatkan perubahan dalam metode produksi dan teknologi yang digunakan dalam proses produksi. Inovasi proses sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif, di mana harus beradaptasi dengan teknologi yang cepat berubah dan permintaan pelanggan (Peter Chenge Mugo & Juliana Mulaa Namada, 2020). Menurut Nisrina Hasna Saputri (2020) inovasi proses merupakan perubahan metode produksi yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Inovasi proses menggambarkan perubahan dengan memanfaatkan teknologi modern yang dapat memudahkan proses produksi. Menurut Radhiana, Kasmaniar & Mukhdasir (2023) inovasi proses menggunakan penerapan metode produksi baru atau telah melalui peningkatan. Inovasi proses dapat disimpulkan sebagai perbaikan metode produksi pada setiap aspek produksi.

Indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi proses menurut Larashati & Hariyati (2021):

1. Struktur Formal  
Indikator struktur formal meliputi kejelasan tentang tugas dan tanggung jawab setiap anggota tim sangat penting untuk efisiensi operasional.
2. Hubungan dengan Pelanggan dan Pemasok  
Tingkat kepuasan pelanggan menjadi indikator penting untuk memahami bagaimana hubungan dengan pelanggan berdampak pada keberhasilan bisnis.
3. Budaya Inovasi  
Budaya inovasi yang kuat tercermin dalam sejauh mana perusahaan mendorong inisiatif inovasi dari seluruh karyawan.
4. Kemampuan Teknologi  
Tingkat adopsi teknologi baru adalah kunci untuk menilai kemampuan perusahaan dalam berinovasi. Jika perusahaan secara aktif mengadopsi teknologi baru, seperti peralatan produksi modern menunjukkan kesiapan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk.

## **Inovasi Pelayanan**

Menurut George Dominic Kofi Mante (2024) inovasi pelayanan didefinisikan sebagai pengembangan dan implementasi pelayanan baru atau meningkatkan nilai pelanggan dan diakui sebagai kemampuan penting bagi perusahaan untuk menavigasi lingkungan bisnis yang dinamis dalam mencapai kesuksesan. Inovasi pelayanan digambarkan sebagai ide baru yang diterapkan untuk pertama kalinya untuk meningkatkan pelayanan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan manfaat bagi pelanggan (Ilham Maulana, Nor Norisanti, Sopyan Saori, 2023). Menurut Alfi Rahmi (2023) Inovasi pelayanan mengacu pada pengenalan pelayanan baru atau yang ditingkatkan secara signifikan yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Inovasi pelayanan memainkan peran penting dalam membedakan bisnis dari pesaingnya dan dapat menyebabkan peningkatan loyalitas pelanggan dan pangsa pasar.

Indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi pelayanan menurut George Dominic Kofi Mante (2024):

1. Kebaruan Penawaran Pelayanan  
Pengenalan pelayanan baru harus terus ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang.
2. Pendekatan yang Berpusat pada Pelanggan  
Pendekatan yang berfokus pada permintaan pelanggan yang berubah.
3. Integrasi Teknologi  
Penggunaan teknologi canggih dalam pemberian pelayanan melalui platform digital untuk meningkatkan interaksi pelanggan.
4. Fleksibilitas dan Adaptabilitas  
Kapasitas untuk menyesuaikan pelayanan dalam menanggapi perubahan pasar.
5. Peningkatan Berkelanjutan  
Produsen yang berfokus pada peningkatan berkelanjutan dari pelayanan mereka dapat mempertahankan keunggulan kompetitif melalui penyempurnaan proses pelayanan.

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Hubungan antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing**

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Lona Noviani (2020) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sudirman Zaid (2020) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Rizka Agus Himawan (2021) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk mempunyai fungsi yang cukup penting dalam meraih keunggulan bersaing. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H1 = Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing**

### **Hubungan antara inovasi proses dengan keunggulan bersaing**

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Peter Chenge Mugo, Juliana Mulaa Namada (2020) menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Rizka Agus Himawan (2021) menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Alfi Rahmi (2023) juga menunjukkan bahwa inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Inovasi proses mempunyai fungsi yang cukup penting dalam meraih keunggulan bersaing. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

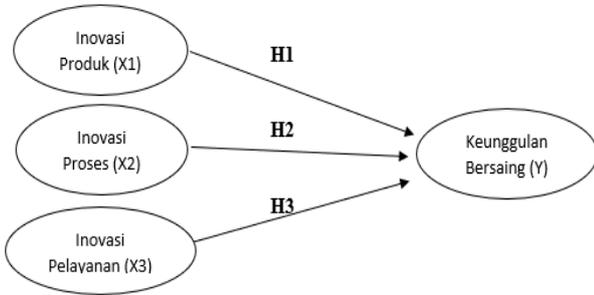
**H2 = Inovasi proses berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing**

### **Hubungan antara inovasi pelayanan dengan keunggulan bersaing**

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiyono, Elke (2020) menunjukkan bahwa inovasi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Alfi Rahmi (2023) menunjukkan bahwa inovasi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Ilham Maulana, Nor Norisanti, Sopyan Saori, (2023) menunjukkan bahwa inovasi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Inovasi pelayanan mempunyai fungsi yang cukup penting dalam meraih

keunggulan bersaing. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H3 = Inovasi pelayanan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing Model Penelitian**



**Gambar 1 Model Penelitian**

**3. Metode Penelitian**

Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan kemampuan inovasi dengan dimensi inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pelayanan terhadap keunggulan bersaing. Populasi pada penelitian ini mencapai 107 responden yang berisi pemilik IKM Sapu Glagah di Kabupaten Purbalingga. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan:

$a^2$  : toleransi ketidakteelitian (%)

N : total populasi

n : total sampel  
107

$$n : \frac{107}{1 + 107(0,01)^2} = 105,86$$

Sampel pengujian minimal 106 responden.

**4. Pembahasan**

**Uji Normalitas**

**Tabel 3 Uji Normalitas**

	Unstandardized Residual
Test Statistic	.084
Asymp. Sig. (2-tailed)	.066 <sup>c</sup>

Sumber: Pengolahan Data IBM SPSS Statistics Versi 25.0

Hasil analisis tabel diatas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0.066 menunjukkan lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4 Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics		Informasi
	Tolerance	VIF	
Inovasi Produk	.502	1.991	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Inovasi Proses	.434	2.302	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Inovasi Pelayanan	.476	2.102	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

a. Variabel Dependen: Keunggulan Bersaing

Sumber: Pengolahan Data IBM SPSS Statistics Versi 25.0

Hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai tolerance lebih besar dari 0.100 sedangkan nilai VIF menunjukkan kurang dari 10.00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 5 Uji Glejser**

**Heteroskedastisitas**

Model	Sig
(Constant)	.122
Inovasi Produk	.653
Inovasi Proses	.976
Inovasi Pelayanan	.772

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Pengolahan Data IBM SPSS Statistics Versi 25.0

Hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai signifikansi inovasi produk (0.653), inovasi proses (0.976), dan inovasi pelayanan (0.772) lebih besar dari 0.05 maka disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

**Uji Koefisiensi Determinasi**

**Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.763 <sup>a</sup>	.583	.570	1.471

Sumber: Pengolahan Data IBM SPSS Statistics Versi 25.0

Hasil analisis diatas diperoleh presentase variabel keunggulan bersaing yang dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pelayanan adalah 58,3% sedangkan sisanya 41,7% disebabkan oleh variabel tambahan di luar model regresi.

**Analisis Regrensi Berganda**

**Tabel 7 Uji Analisis Regrensi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	sig.
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.312	1.253			1.047	.297
Inovasi Produk	.049	.122	.036		.399	.690
Inovasi Proses	.402	.100	.392		4.036	.000
Inovasi Pelayanan	.371	.084	.411		4.432	.000
Variabel : Keunggulan Bersaing						
Dependen						
F	: 47.474					
Sig	: .000b					

Sumber: Pengolahan Data IBM SPSS Statistics Versi 25.0

Hasil analisis tabel diatas didapatkan nilai f hitung (47.474) > (3.091) dan nilai signifikan (0.000) < 0.05 maka dapat kita simpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pelayanan secara simultan terhadap keunggulan bersaing dan H0 ditolak.

- a. Hasil analisis yang diperoleh dari tabel diatas nilai t hitung (0.399) < (1.661) dan signifikan (0.690) > 0.05 maka disimpulkan bahwa inovasi produk tidak memiliki pengaruh positif terhadap

keunggulan bersaing, H1 ditolak dan H0 diterima.

- b. Hasil analisis yang diperoleh dari tabel diatas nilai t hitung (4.036) > (1.661) dan signifikan (0.000) < 0.05 maka disimpulkan bahwa inovasi proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, H2 diterima dan H0 ditolak.
- c. Hasil analisis yang diperoleh dari tabel diatas nilai t hitung (4.432) > (1.661) dan signifikan (0.000) < 0.05 maka disimpulkan bahwa inovasi pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, H3 diterima dan H0 ditolak.

**5. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

- 1. Inovasi produk tidak memberikan pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga.
- 2. Inovasi proses menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga.
- 3. Inovasi pelayanan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Industri Kecil Menengah Sapu Glagah Kabupaten Purbalingga.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ahmad Syairi (2023) Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada Coffee Shop di Banjarmasin.

Amalia, L. Z. (2021). Pengaruh Inovasi Proses Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional (Studi Kasus Pada Kafe Relasi Di Yogyakarta).

Amalia Millenia, (2023). Pengaruh Inovasi Produk Hijau dan Inovasi Proses Hijau terhadap Keunggulan Kompetitif dengan

- menggunakan Modal Intelektual sebagai Variabel Moderasi.
- Damai Yanti, Miguna Astuti, (2023). Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Pada Produk Mie Instan Lemonilo).
- George Dominic Kofi Mante, (2024). Examining the Relationship between Service Innovation, and Competitive Advantage: Does Brand Recognition Matter.
- Khasanah, Y. N. (2022). Strategi Inovasi Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Industri Bakso dan Tahu Bakso UD Maju Mapan Desa Wiradadi Kecamatan Sokaraja.
- Khouroh, U., Windhyastiti, I., & Ratnaningsih, C. S. (2021). Kapabilitas Dinamik dan Keunggulan Bersaing: Dinamisme Lingkungan Moderator ataukah Driver? *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 18-34.
- Lona Noviani, (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok Liar).
- Mugo, Peter Chege, and Juliana Mulaa Namada, (2020). 'Process Innovation and Competitive Advantage in Telecommunication Companies', *International Journal of Business Strategy and Automation*, 40–55 <https://doi.org/10.4018/ijbsa.2020100103>
- Oktavinus, Sudirman Zaid, Hayat Yusuf (2020). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut di Wakatobi
- Radhiana, Kasmaniar, Mudasir, (2023). Peran Strategi Digital Pemasaran Dan Inovasi Proses Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk Lokal Pada Perajin Anyaman Kulit Bak Bili Atau Pohon Bemban Di Aceh Besar.
- Rizka Agus Himawan, (2021). Pengaruh Inovasi Produk dan Inovasi Proses terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Industri Pakaian Jadi di Kota Klaten).
- Sudirman Zaid (2020) The Product Innovation of Seaweed-Moringa Chips: Antecedent to Customer Value and Competitive Advantage.
- Syafi'i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan Dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592-599.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 18(7), 509-533.
- Wiyono, E. (2020). Pengaruh Keselamatan Pasien dan Inovasi Pelayanan terhadap Word of Mouth dan Keunggulan Bersaing pada Total Life Clinic Surabaya (Doctoral dissertation, STIESIA Surabaya).