

Pengaruh Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kota Medan

The Influence of Product Innovation and Competitive Advantage on Business Success in Food and Beverage Industry MSMEs in Medan City

Fajar Mulia¹⁾, Warsani Purnama Sari¹⁾,

Alfriado Leonard Noprian Dolok Saribu²⁾* & Wardhani Indah Sari³⁾

1) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

2) Program Pascasarjana, Magister Akuntansi, Universitas Gajayana, Indonesia

3) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Indonesia, Indonesia

Diterima: 30 Oktober 2023; Direview: 01 November 2023; Disetujui: 27 November 2023

*Corresponding Email: alfriadoleonard.al@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Industri Makanan di Kota Medan. UMKM Industri Makanan dan Minuman merupakan salah satu usaha yang paling banyak diminati oleh para pengusaha muda. Namun, terdapat pula resiko dalam menjalankan bisnis tersebut dikarenakan terdapatnya persaingan yang luas di bidang Industri Makanan dan Minuman, dimana pada UMKM Industri Makanan dan Minuman banyak mengalami kegagalan dikarenakan luasnya persaingan dan kurangnya inovasi pada produk yang ditawarkan. Penelitian berfokus pada UMKM Kota Medan dikarenakan UMKM tersebut termasuk salah satu provinsi terbesar penghasil UMKM Industri Makanan dan Minuman yakni berpopulasi sebanyak 1.828 UMKM. Sampel dalam penelitian sebanyak 95 UMKM di Kota Medan yang diambil dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner terstruktur dengan menggunakan aplikasi SPSS v.28. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan koefisien determinasi R². Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha, terdapat pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha dan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Keunggulan Bersaing; Keberhasilan Usaha

Abstract

This research aims to determine the influence of product innovation and competitive advantage on business success in Food Industry MSMEs in Medan City. The MSME Food and Beverage Industry is one of the businesses most in demand by young entrepreneurs. However, there are also risks in running this business due to extensive competition in the Food and Beverage Industry, where many MSMEs in the Food and Beverage Industry experience failure due to extensive competition and lack of innovation in the products offered. The research focuses on Medan City MSMEs because these MSMEs are one of the largest provinces producing MSMEs in the Food and Beverage Industry, with a population of 1,828 MSMEs. The sample in the research was 95 MSMEs in Medan City which were taken using the Slovin formula. The data collection technique used in this research was carried out by distributing structured questionnaires using the SPSS v.28 application. The analysis techniques used in this research are multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous significance test (F test) and coefficient of determination R². The research results show that there is a positive and significant influence of product innovation on business success, there is a positive and significant influence of competitive advantage on business success and there is a simultaneous positive and significant influence of product innovation and competitive advantage on the success of MSME businesses in Medan City.

Keywords: Product Innovation; Competitive Advantage; Business Success.

How to Cite: Mulia, F., Sari, W.P., Dolok Saribu, A.L.N., & Sari, W.I., (2023), Pengaruh Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kota Medan, *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6 (2): 968-977.



PENDAHULUAN

Keberhasilan usaha menjadi pilar utama bagi kelangsungan dan perkembangan sebuah perusahaan. Pencapaian keberhasilan tersebut mencerminkan tingkat efektivitas dan efisiensi dari berbagai aspek yang terkait dengan operasional, strategi, dan manajemen perusahaan. Keberhasilan usaha bukan hanya sekadar mencapai keuntungan finansial, tetapi juga melibatkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, baik dalam hal pertumbuhan, pelayanan pelanggan, maupun reputasi di pasar (Sausan et al., 2021).

Dalam sebuah perusahaan, setiap aktivitas dan keputusan yang diambil secara kolektif atau individual sejatinya berkontribusi terhadap upaya mencapai keberhasilan. Ini mencakup perencanaan yang matang, strategi pemasaran yang tepat, manajemen sumber daya manusia yang efisien, serta adaptasi terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis. Pada tingkat yang lebih mikro, keterlibatan dan komitmen karyawan juga memainkan peran krusial dalam meraih keberhasilan usaha, karena merekalah yang menjadi tulang punggung implementasi strategi perusahaan sehari-hari (Haryati et al., 2019; Mora et al., 2020).

Keberhasilan usaha juga dapat diukur dari sudut pandang pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tinggi menjadi indikator bahwa produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan memenuhi atau bahkan melebihi harapan. Ini menciptakan ikatan yang kuat antara perusahaan dan pelanggan, membangun reputasi yang positif, dan berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya mendukung pertumbuhan jangka Panjang (Lubis et al., 2023).

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang ketat, perusahaan yang mampu beradaptasi dengan perubahan dan terus meningkatkan kualitas produk dan layanannya memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai keberhasilan. Oleh karena itu, pencapaian keberhasilan usaha bukanlah tujuan akhir, melainkan sebuah perjalanan yang terus berlanjut menuju peningkatan dan kesempurnaan. Perusahaan yang mampu memahami dan mengoptimalkan setiap faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan usaha akan lebih siap menghadapi tantangan masa depan dan memposisikan diri sebagai pemimpin di industri atau sektor bisnisnya.

Menurut (Svetlana, 2018) Keberhasilan usaha artinya pencapaian suatu tindakan dalam periode waktu tertentu atau dalam parameter yang ditentukan, atau dapat juga berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan. Ada beberapa hal yang dapat meningkatkan keberhasilan suatu usaha, salah satunya dapat dilihat dari inovasi produk yang ditawarkan, dimana Produk yang ditampilkan oleh pemilik usaha harus memiliki inovasi (Apriyanti, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi seberapa luas inovasi produk dan keunggulan bersaing dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis pada UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kota Medan.

Pada UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kota Medan terdapat beberapa permasalahan yang menyebabkan pelaku usaha bangkrut. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya inovasi produk dan strategi untuk mengatasi keunggulan bersaing yang masih rendah. Hal tersebut dapat menimbulkan indikasi bagi UMKM Industri Makanan dan Minuman itu sendiri, dimana bisnis yang dijalankan tidak bertahan lama di era persaingan 4.0. Terdapat pula permasalahan pada produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha, dimana saat ini pemerintah menganjurkan bagi pelaku usaha untuk mengganti sistem *packaging* kemasan plastik menjadi ramah lingkungan atau mengganti kemasan makanan atau minuman dengan kemasan yang dapat dipakai berulang kali. Namun hal ini belum umum di lakukan khususnya di Kota Medan. Pelaku usaha maupun konsumen masih belum terbiasa menggunakan kantong belanja ramah lingkungan, membawa botol minuman sendiri, tempat makan yang dapat dipakai berulang ketika membeli makanan dan minuman.

Inovasi produk memiliki tujuan untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai langkah untuk meningkatkan keberhasilan suatu usaha. Kesuksesan suatu usaha untuk menjaga kelangsungan penjualan produknya terletak pada kemampuannya untuk berinovasi. Menurut Urbancova dalam (Nizam et al., 2020) bahkan inovasi yang diciptakan oleh perusahaan menjadi kunci dari keunggulan bersaing yang menentukan kesuksesan ekonomi dari suatu organisasi.



Selain inovasi produk, keunggulan bersaing juga dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu usaha, dimana Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar (Djodjobo & Tawas, 2014). Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih pada konsumen dibanding penawaran kompetitor (Kotler & Keller, 2016). Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Saiman, 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini sangat penting bagi pelaku usaha UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kota Medan, agar lebih mengkonsepkan secara strategis hal-hal yang diperlukan sebelum memulai bisnis di bidang kuliner, dikarenakan sering terdapatnya fenomena usaha kuliner yang tidak bertahan lama dikarenakan inovasi yang kurang dan persaingan yang ketat. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa inovasi dan keunggulan bersaing mempengaruhi keberhasilan suatu usaha di beberapa daerah tempat penelitian berlangsung. Berikut terlampir hasil penelitian terdahulu sebagai pendahuluan penelitian ini yakni sebagai berikut.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	(Frans et al., 2020)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi	Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa orientasi kewirausahaan (X_1) dan keunggulan bersaing (X_2) berpengaruh positif dan signifikan bersama-sama terhadap keberhasilan usaha (Y) rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi. keunggulan bersaing merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha rumah makan dendeng batokok di provinsi jambi
2.	(Kristian & Gofur, 2022)	Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Di Pademangan Jakarta Utara)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Ada pengaruh positif dan signifikan antara kreativitas dan inovasi produk dengan keberhasilan usaha sebesar 80,9% sedangkan sisanya 19,1% dipengaruhi faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3	(Tamba & Nurfadillah, 2023)	Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Home Industri Sepatu Di Balaraja Tangerang	Hasil menunjukan inovasi dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha sebesar 62,5%, sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sumber: Data diolah peneliti, 2023.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis data primer. Metode kuantitatif adalah penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya (Arikunto, 2013). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah 1.828 UMKM Kota Medan, yang dijadikan sampel penelitian sebanyak 95 UMKM Kota Medan. Menurut (Sugiyono, 2021) metode *slovin* digunakan untuk penelitian yang memiliki jumlah populasi skala besar agar dapat menentukan sampel yang diperlukan. Dalam menggunakan metode *slovin*,

peneliti membagi jumlah populasi sampel dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5% agar memiliki proporsi sampel yang memadai. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner terstruktur yang dibagi menjadi beberapa indikator dengan skala pengukuran likert dan teknik analisis data menggunakan SPSS v.28 dengan menguji jumlah data sampel UMKM Industri Makanan dan Minuman sebanyak 95 data dengan menggunakan prosedur uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji determinasi R².

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) "Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner." Pengujian validitas adalah langkah penting dalam penelitian untuk menilai sejauh mana instrumen atau kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dan akurat mengukur konstruk yang diinginkan. Dalam konteks ini, pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk menghitung derajat bebas (degree of freedom), digunakan rumus $df = n - 2$, di mana n adalah jumlah sampel. Dalam penelitian ini, df dapat dihitung sebagai $95 - 2$, yaitu 93.

R tabel, sebagai acuan dalam pengujian validitas, ditentukan sesuai dengan derajat bebas yang telah dihitung. Misalnya, pada penelitian ini, nilai r tabel ditentukan sebagai 0,168. Dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dapat disimpulkan bahwa r hitung pada penelitian ini lebih besar daripada r tabel. Artinya, terdapat kecocokan antara jawaban responden yang diobservasi dan yang diharapkan berdasarkan kuesioner yang digunakan.

Jika r hitung lebih besar dibandingkan r tabel, dan r hitung juga lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditentukan, maka butir-butir pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat dianggap valid. Validitas ini mengindikasikan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut secara efektif mencerminkan atau mengukur variabel atau konstruk yang diinginkan. Dengan demikian, hasil pengujian validitas ini memberikan keyakinan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan memiliki keakuratan yang memadai dalam mengumpulkan data.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coeffisients	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi Produk (X ₁)	10 item	0.726	Reliabel
Keunggulan Bersaing (X ₂)	10 item	0.680	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	10 item	0.715	Reliabel

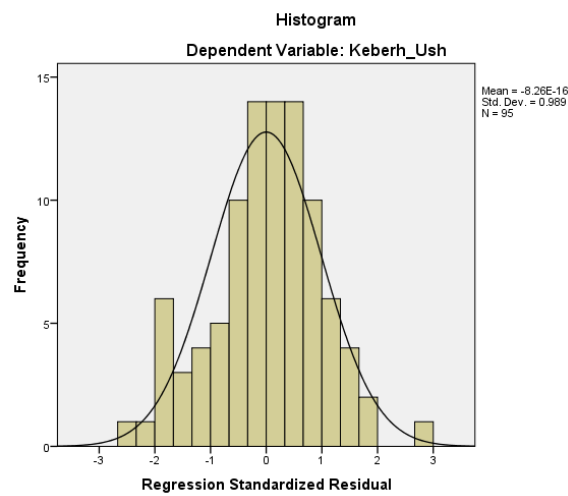
Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023).

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa setiap variable yang dimiliki adalah *Cronbach's Alpha* > 0,6. Maka dari itu Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Keberhasilan Usaha dinyatakan reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik

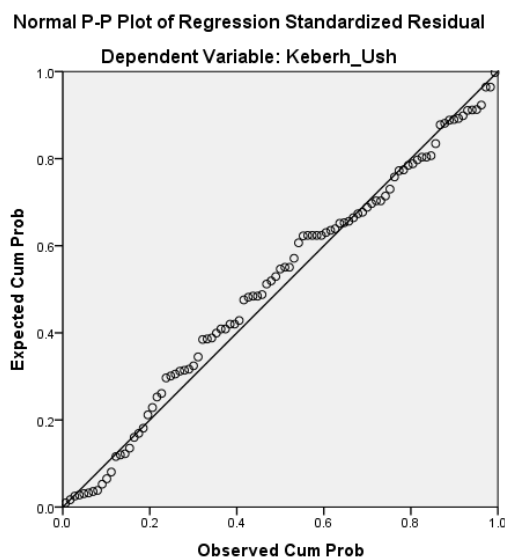
1. Uji Normalitas

Uji normalitas data tersebut dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain: uji normalitas dengan analisis grafik menggunakan histogram, uji normalitas dengan analisis grafik menggunakan kurva atau Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual, dan uji normalitas dengan Kolmogorof-Smirnov (Uji K-S). Grafik Histogram menguji normalitas dengan cara membandingkan histogram antara data observasi dengan distribusi yang mendekati garis normal sedangkan dengan grafik Normal zP-P Plot of Regression Standardized Residual yang dilakukan dengan melihat sebaran nilai residual dibandingkan dengan posisi garis normal. Untuk Uji K-S yakni jika nilai hasil Uji K-S > dibandingkan taraf signifikansi 0,05 maka sebaran data tidak menyimpang dari kurva normal dan data terdistribusi normal.



Gambar 1. Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

Berdasarkan tampilan gambar di atas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data yang baik. Kurva *dependent* dan *regression standarized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar normal probability plot di atas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal probability plot tersebut terdistribusi secara normal.

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov (K-S)

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	,895
Asymp. Sig. (2-tailed)	,400

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Hasil dari uji Kolmogorov Smirnov diatas yang diperoleh menyatakan bahwa data mengikuti distribusi normal, karena nilai value yang didapatkan sebesar 0,400 yang berarti kolmogorov

smirnov 0,400 > 0,05. Sehingga asumsi klasik untuk uji normalitas terpenuhi dan dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Dalam uji multikolinieritas ini dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan *variance inflation factor* (VIF). Hasil uji multikolinieritas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas
Collinearity Statistics

Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Inov_Produ	.486	2.057
Keungg_Bers	.486	2.057

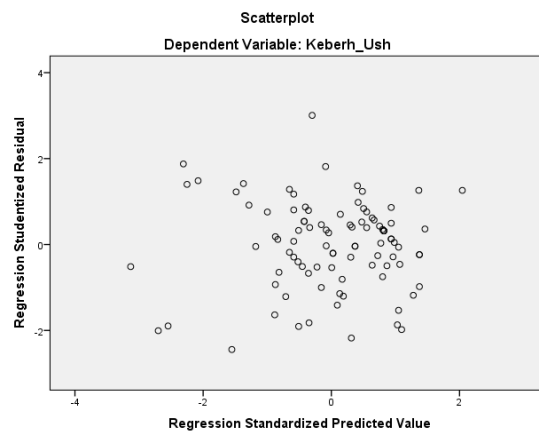
Sumber : Data diolah peneliti (2023).

Pada Tabel 4., dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

- Inovasi Produk (X_1) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,486 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,057 lebih kecil dari 10.
- Keunggulan Bersaing (X_2) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,486 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,057 lebih kecil dari 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastistas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kesamaan antar *variance* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami heterokedasitistas yang dilihat didalam grafik *Scatterplot*. Adapun hasil pengujian heteroskedasititas adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Scatterplot

Pada grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui gambaran mengenai pengaruh Inovasi Produk dan Keunggulan bersaing terhadap Keberhasilan Usaha. Hasil analisis regresi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	3.035	1.646		1.844	.068	
	Inov_Produ	.301	.067	.346	4.480	.000	.486 2.057
	Keungg_Bers	.517	.070	.573	7.409	.000	.486 2.057

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui persamaan regresi linier bergandanya, yakni sebagai berikut:

$$Y = 3,035 + 0,301X_1 + 0,517X_2$$

Dimana:

- Konstanta = 3,035.
Jika variabel inovasi produk dan keunggulan bersaing diasumsikan tetap maka keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 3,035.
- Koefisien Inovasi Produk X_1
Nilai koefisien inovasi produk sebesar 0,301, menunjukkan pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil tersebut menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk inovasi produk akan diikuti terjadi kenaikan keberhasilan usaha sebesar 30,1%.
- Koefisien Keunggulan Bersaing X_2
Nilai koefisien keunggulan bersaing sebesar 0,517, menunjukkan pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil tersebut menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1 skor untuk keunggulan bersaing akan di ikuti dengan terjadi kenaikan keberhasilan usaha sebesar 51,7%.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	3.035	1.646		1.844	.068	
	Inov_Produ	.301	.067	.346	4.480	.000	.486 2.057
	Keungg_Bers	.517	.070	.573	7.409	.000	.486 2.057

Sumber: Data diolah peneliti 2023.

- Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel inovasi produk diperoleh $t_{hitung} (4,480) > t_{tabel} (1,985)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Medan.
- Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel keunggulan bersaing diperoleh $t_{hitung} (7,409) > t_{tabel} (1,985)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Medan.

2. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Simultan (Uji f)

Tabel 7. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1908.658	2	954.329	126.007	.000b
	Residual	696.774	92	7.574		
	Total	2605.432	94			

Sumber : Data diolah peneliti, 2023.

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai F_{hitung} (126,007) > F_{tabel} (3,10) dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05 maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan inovasi produk dan keunggulan bersaing secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan.

3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Pengujian Determinasi R^2

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.856a	.733	.727	2.75202	1.340

Sumber: Data diolah peneliti, 2023.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,727 yang berarti bahwa ada hubungan antara inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, sedangkan untuk *R Square* sebesar 0,727 atau 72,7 % yang artinya pengaruh inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan, sedangkan sisanya 27,3% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan, produk yang ditawarkan, harga produk atau jasa dan variabel lainnya yang memiliki hubungan probabilitas langsung terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel inovasi produk diperoleh t_{hitung} (4,480) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Medan.

Keinovasian adalah pemikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah kultur perusahaan, sedangkan kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses atau produk baru secara berhasil. Inovasi produk adalah menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan kemauan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut. Inovasi produk merupakan akumulasi dari macam – macam proses yang saling berpengaruh antara yang satu dengan yang lain (Kotler & Keller, 2016).

Menurut (Rahmayanti et al., 2015) Inovasi usaha yang baik adalah yang bertujuan untuk memenangkan persaingan usaha karena dengan berinovasi nilai tambah suatu produk akan meningkat. Khususnya dalam pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan dalam persaingan pasar. Untuk meningkatkan keberhasilan usaha salah satu upaya yang harus dilakukan yaitu meningkatkan sumber daya internal. Berdasarkan teori dan hasil penelitian tersebut, inovasi produk yang dilakukan dapat meningkatkan tingkat keberhasilan usaha pelaku usaha pada UMKM Industri Makanan dan Minuman. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian menurut (Tamba & Nurfadillah, 2023) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel keunggulan bersaing diperoleh t_{hitung} (7,409) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Medan. Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan, maka usaha dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri. Untuk itu setiap usaha dituntut untuk selalu mengerti



dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan maupun kemauan konsumen, serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Banyak sekali jalan menuju kesuksesan salah satu diantaranya dengan membuat sebuah cikal bakal bisnis yang diharapkan mampu mengembangkan daya kreativitas dan inovasi. Hal ini sangat membutuhkan keberanian yang luar biasa.

Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa. Keunggulan bersaing dianggap sebagai keuntungan dibanding kompetitor yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih padakonsumen dibanding penawaran kompetitor (Kotler & Keller, 2016). Berdasarkan teori dan hasil penelitian tersebut, keunggulan bersaing yang dilakukan dapat meningkatkan tingkat keberhasilan usaha pelaku usaha pada UMKM Industri Makanan dan Minuman. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian menurut (Frans et al., 2020) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan uji ANOVA atau F test di dapat nilai F_{hitung} (126,007) > F_{tabel} (3,10) dengan tingkat signifikansi 0.000. Karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan inovasi produk dan keunggulan bersaing secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan, dan dapat dilihat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,727 yang berarti bahwa ada hubungan antara inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, sedangkan untuk *R Square* sebesar 0,727 atau 72,7 % yang artinya pengaruh inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan, sedangkan sisanya 27,3% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan, produk, harga dan variabel lainnya.

Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM Di Kota Medan. Penelitian ini telah mengidentifikasi pengaruh positif dan signifikan dari inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Medan. Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi kesuksesan UMKM di wilayah ini. Implikasi praktis dari temuan ini mencakup potensi untuk pemilik UMKM untuk meningkatkan strategi inovasi produk dan mengembangkan keunggulan bersaing sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan performa bisnis mereka. Namun, penting untuk diingat bahwa penelitian ini memiliki batasan dan lebih lanjutnya perlu penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi dinamika yang lebih dalam dalam konteks UMKM di Kota Medan

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20–27.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Frans, A., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 9(3), 172–182.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IDM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryati, E., Suharyanto, A., Hasmayni, B., & Siregar, F. H. (2019). The Effect of Work Environment and Work Stress on Employee Performance at PT Aneka Gas Industri Tbk. *ICCSIS 2019, October 24-25, Medan, North Sumatera, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.24-10-2019.2290609>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Erlangga.
- Kristian, D., & Gofur, A. (2022). PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS PADAUMKM DIPADEMANGAN JAKARTA UTARA). *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 106–115.
- Lubis, S., Yulita, D. E., Andrian, M. S., & Nisa, K. (2023). Pengaruh Word of Mouth dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Pada Remaja Akhir. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(4), 2708–2717. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i4.1667>
- Mora, Z., Suharyanto, A., & Yahya, M. (2020). Effect of Work Safety and Work Healthy Towards Employee's Productivity in PT. Sisirau Aceh Tamiang. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(2).
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal EMA*, 5(2).
- Rahmayanti, I. A., Wahyudi, E., & Sasongko. (2015). Inovasi Produk Berbasis Kreativitas Kaos Khas Banyuwangi Di "Osing Deles" Banyuwangi. *E-SOSPOL*, 1(1).
- Saiman, L. (2017). *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Salempa Empat.
- Sausan, N. S., Nasution, A. M. U., & Sabrina, H. (2021). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Karyawan terhadap Kinerja Karyawan Foods Manufacture. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 6–13. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.3>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Svetlana. (2018). *What is The Definition of Succes In Business*.
- Tamba, R. S., & Nurfadillah, S. (2023). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Home Industri Sepatu Di Balaraja Tangerang. *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS*, 3(2).

