Jurnal ekonomi dan Keuangan (JEK) **Vol. 6, No 2**
https://journalversa.com/s/index.php/jek **April 2024**

PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK KERUPUK IKAN ASAL KELURAHAN MORO KABUPATEN KARIMUN

Akhirman
akhirman@umrah.ac.id
Wulan Anggriani
wulananggriani805@gmail.com
Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH)

ABSTRACT

The research was conducted using SPSS version 23. The results showed that partially the variables Product Innovation (X1), Product Creativity (X2), and Product Quality (X3) had a significant effect on Competitive Advantage (Y). The results of the F test obtained a calculated F value of 289.886 with an F table of 2.74, identifying that the variables Product Innovation (X1), Product Creativity (X2), and Product Quality (X3) simultaneously had a significant effect on the Competitive Advantage variable (Y). Based on the coefficient of determination test, around 92.5% of the Competitive Advantage variable is influenced by the Product Innovation (X1), Product Creativity (X2) and Product Quality (X3) variables. The remaining 7.5% is influenced by other factors not explained in this research.

Keywords: Product Innovation, Product Creativity, Product Quality, Competitive Advantage

ABSTRAK

Penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Inovasi Produk (X1), Kreativitas Produk (X2), dan Kualitas Produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing (Y). Hasil uji F diperoleh nilai F hitung 289,886 dengan F tabel 2,74 mengidentifikasikan bahwa variabel Inovasi Produk (X1), Kreativitas Produk (X2), dan Kualitas Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y). Berdasarkan uji koefesien determinasi, sekitar 92,5% variabel Keunggulan Bersaing dipengaruhi variabel Inovasi Produk (X1), Kreativitas Produk (X2), dan Kualitas Produk (X3). Sisanya 7,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dijelaskan didalam penelitian ini.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Kecamatan Moro dengan luas 441,96 (Km2), merupakan wilayah diantara 12 kecamatan lainnya di Kabupaten Karimun atau 29 persen. Jumlah penduduknya sebanyak 16.981 jiwa, atau nomor 6 dari jumlah penduduk kecamatan lainnya. Wilayah Kecamatan Moro dengan Kecamatan yang lainnya dan dengan Karimun sebagai Ibu Kota Kabupaten dipisahkan oleh laut sehingga sehari-hari penduduk ingin bepergian ke Kecamatan bahkan jika ingin bepergian ke desa lainnya di Kecamatan Moro diantaranya terpaksa menggunakan Angkutan Laut. Sebagian besar wilayahnya atau sekitar 95 persen adalah lautan. Mayoritas masyarakat kapupaten Karimun khususnya Kecamatan Moro berprofesi sebagai nelayan.

Kecamatan Moro yang merupakan salah satu daerah dengan hasil perikanan yang cukup tinggi tentu saja memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan usaha-usaha pengolahan produk berbahan baku Ikan, terutama industri kerupuk. Salah satu usaha industri rumah tangga dalam bidang pengolahan Ikan di Kecamatan Moro adalah pembuatan Kerupuk. Kecamatan bagian dari Kabupaten Karimun dengan geografis Letaknya berbatasan langsung dengan dua negara tetangga, yakni Malaysia dan Singapura serta hanya disatukan dengan perairan selat singapura (Phllip channel). Selain itu, wilayah administrasi Kabupaten Karimun berbatasan dengan kota Batam, Berdasarkan aspek geostrategisnya, maka Kabupaten Karimun menjadi salah satu dari bempat kabupaten yang sebagian wilayahnya ditetapkan sebagai Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas (KPBPB atau *Free Trade Zone*/FTZ.

Dengan berkembangnya UMKM secara nasional juga turun menggairahkan UMKM di daerarh salah satunya di Kecamatan Moro, salah satunya adalah usaha industri Kerupuk di Kecamatan Moro Kabupaen Karimun. Memicu pula terhadap tingkat persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat Pelaku usaha tersebut harus memiliki daya saing terhadap produknya yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan produk lainnya terutama pada produk yang sejenis. Setiap pelaku usaha pasti memiliki strategi yang berbeda dalam

mencapai keunggulan bersaing. Ada dua jenis produk Kerupuk yang dikenal dari Moro Kabupaten Karimun, seperti dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 1. Data Unit UMKM Kerupuk 2020-2021 di Kecamatan Moro

No	Jenis Kerupuk	Harga/Kg (Rp)
1	Kerupuk Atom	100.000,00
2	Kerupuk Potong	85.000,00

Sumber: Kerupuk Cap Pelangi Ibu Rapeah (Olahan Penulis)

Dari Tabel 1 diketahui bahwa terdapat 2 jenis usaha kerupuk Berbahan dasar Ikan setiap desa di kecamatan Moro. Seperti di ketahui pada umumnya para pesaing menawarkan produk sejenis dan dengan jangakauan pasar yang sama. Para produsen dalam hal ini, praktis di tuntut untuk dapat melakukan inovasi guna menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan agar tidak tertinggal dari para competitor, dalam melaksanakan inovasi dan kreativitas terhadap produk nya di era perdagangan bebas ini pelaku bisnis perlu memusatkan perhatian pada konsumen, berusaha menciptakan nilai lebih dari harapan konsumen.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Produk kerupuk Ikan, usaha produk kerupuk termasuk kedalam golongan (Usaha Mikro, Kecil) karena aktivitas usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha milik perorangan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021, dengan menggunakan bahan dasar udang dari hasil tangkapan nelayan yang memiliki potensi dalam mengembangkan usaha kerupuk. Usaha Kerupuk ini didirikan oleh ibu Rapeah sejak tahun 2000 sampai sekarang. Usaha kerupuk ini dikerjakan dirumah dengan memilik 6 orang karyawan saja. Usaha ini termasuk kedalam jenis usaha kecil menengah (UMKM) yakni usaha produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha. Keunggulan kerupuk Ikan ini tentu mengacu pada bahan, dan bumbu yang digunakan. Produk berbahan ikan ini menawarkan kualitas yang baik dan ditawarkan dengan harga yang cukup terjangkau dibawah 100 ribu rupiah/kg.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan kepada ibu Rafeah, selaku penilik usaha kerupuk Ikan mengatakan semangat kreativitas yang dimiliki para karyawan semakin berkurang dikarena kan produk kerupuk yang mereka hasilkan kurang diminati oleh pembeli serta alat yang digunakan juga masih manual. Hal ini sejalan dengan penelitian Riany dan dahmiri 2020, hasil penelitiannya menunjukan bahwa variabel kreativitas produk

berpengaruh positif dan signifikanterhadap Keunggulan Bersaing. Karena Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru. Ide baru tersebut di dapatkan dari ide yang telah dimilikinya, yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapatmemberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan angket/kuisioner. Sub indikator selanjutnya menjadi titik tolak untuk membuat saat pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Berikut tingkatan dalam skala likert:

Tabel 2. Skala Interval

Pilihan Jawaban	Singkatan	Skor/Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RR	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Ghozali, 2016

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang mana meliputiuji analisis statistik deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis

Statistik Deskriptif Statistik deskriptif bertujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Berikut hasil perhitungan statistik deskriptif dengan spss 23 sebagai berikut

Tabel 3
Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INOVASI PRODUK	71	21	30	25,10	2,864
KREATIVITAS PRODUK	71	17	25	21,59	2,550
KUALITAS PRODUK	71	16	25	20,87	2,562
KEUNGGULAN BERSAING	71	24	35	29,79	3,397
Valid N (listwise)	71				

Sumber :Output Data Olahan SPSS 23, 2021

Berdasarkan data yang dipaparkan di tabel 3 diatas diketahui bahwa padavariabel Inovasi Produk, jawaban minimum responden sebesar 21 dan maksimum 30, dengan rata-rata total jawaban 25,10 dan standart deviasi 2,864. Variabel Kreativitas Produk, jawaban minimum responden sebesar 17 dan maksimum sebesar 25, dengan rata-rata total jawaban 21,59 dan standar deviasi 2,550. Variabel Kualitas produk, jawaban minimum responden sebesar

16 dan maksimum sebesar 25, dengan rata-rata total jawaban 20,87 dan stadar deviasi 2,552. Variabel Keunggulan Bersaing, jawaban minimum responden sebesar 24 dan maksimum 35, dengan rata-rata total jawaban 29,79 dan standar deviasi 3,397

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

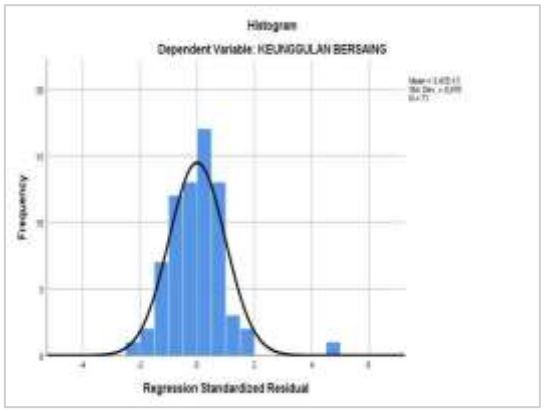
Menurut Sugiyono (2019:107) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kusioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Sedangkan menurut Sugiyono (2019:185) pengujian reliablitias instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Dari pernyataan berikut dapat kita simpulkan bahwa uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir kuisioner dapat dikatakan reabel apabila cronbach's alpha>0,60 dan dikatakan tidak reabelapabila cronbach's alpha< 0,60. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dapat diperoleh hasil bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid yaitu nilai rhitunglebih besar dari pada nilai rtabelsebesar 0,2303 sehingga semua instrumen dapat digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil reliabilitas dengan menggunakan variabel inovasi produk, kreativitas prodruk, kualitas produk dan keunggulan bersaing mempunyai nilai *Cronbach's Alphalebih* besar dari Cronbach's Alphayang disarankan yaitu > 0,60 sehingga instrumen layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

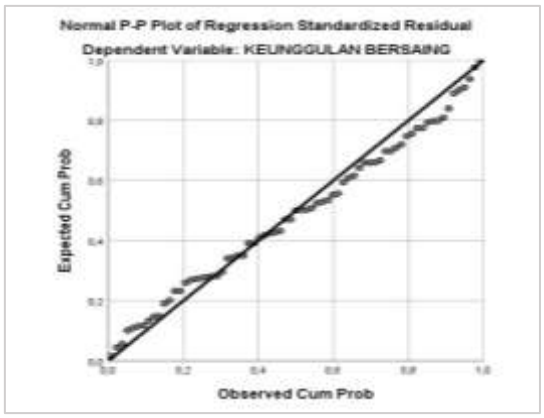
Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi KlasikUji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016: 160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunkan uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%, maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Model regresi yang baik merupakan memiliki distribusi data yang normal atau mendekti normal (Aisidiktya, 2018: 36). Berikut hasil pengujian dengan grafik histogram grafik P-Plot dan uji statistic non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini:





Sumber : Gambar 1. Hasil Pengolahan SPSS 23 (2021) & Gambar 2 &3 Hasil Grafik Histogram & Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar 1 dan 2 diatas, pada grafik histogram terlihat bahwa pola berdistribusi normal. Namun, kesimpulan pada grafik histogram ini belum dapat dipastikan kenormalan datanya untuk jumlah yang kecil. Begitu juga dengan grafik P-Plot, sekilas memang terlihat normal karena distribusi data residualnya terlihat mendekati normal. Namun, hasil dengan grafik P-Plot ini juga masih belum bisa dipastikan kenormalannya. Oleh karena itu, untuk mendapatka hasil yang lebih pasti dan meyakinkan dilakukan uji statistik non parametrik dengan uji Kolmogorov-Smirnov(K-S) dengan nilai signifikan diatas > 0,05, maka data berdistribusi normal. Hasil pengujian dengan menggunakan ujiKolmogorov-Smirnovdapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,90856897
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,087
	Negative	-,058
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4, uji Kolmogorov-Smirnovdiatas menunjukan nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah 0,200 > α 0.05 yaitu nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang dilihat dari kolom Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu sebesar 0,200. Hal ini berarti data residual diatas yaitu, inovasi produk, kreativitas produk, kualitas produk terhadap keunggulan bersaing terdistribusi normal

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas didalam model regresi dengan melihat nilai toleransi dan Variance Inflation Fakctor (VIF). Apabila nilai toleransi >0,10 dan VIF >10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut ini nilai VIF dalam model penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	INOVASI PRODUK	,110	9,126
	KREATIVITAS PRODUK	,879	1,138
	KUALITAS PRODUK	,113	8,877

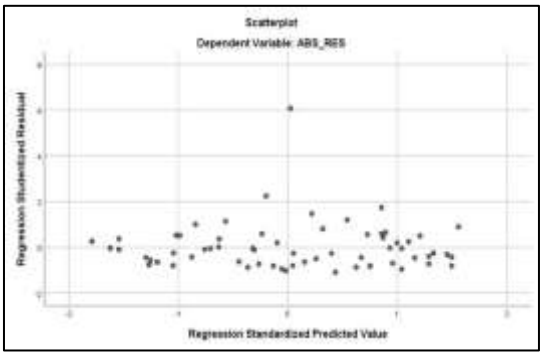
a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber : Hasil Olahan SPSS 23 (2021)

Berdasarkan tabel 5. diketahui nilai Variance Inflation Factor (VIF)< 10 Dan nilai tolerance > 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel Inovasi produk, Kreativitas produk, dan Kualitas produk terhadap Keunggulan bersaing.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Prasyarat dalam model regresi adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas. Jika variabel independen signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas. Dan dapat dilihat dari titik-titik yang tersebar, apakah membentuk suatu pola atau tidak. Jika tidak maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber: Output Data Olahan SPSS Versi 23

Dari gambar 3 diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tetentu yang jelas tersebar baik di atas ataupun di bawah angka 0 (0) pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk memperjelas ada tidaknya heterokedasitas, maka dilakukan juga

uji glejser. Berikut hasil pengelolahan menggunakan SPSS 23:

Tabel 6
Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,123	,791		2,683	,009
	INOVASI PRODUK	-,082	,079	-,370	-1,034	,305
	KREATIVITAS PRODUK	-,016	,031	-,064	-,508	,613
	KUALITAS PRODUK	,044	,087	,178	,504	,616

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23

Berdasarkan table 6 diatas menunjukan niali sig > α (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data sampel pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas antara variabel dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode regresi liner berganda digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk (X1), Kreativitas Produk (X2), Kualitas Produk (X3) dan Keunggulan Bersaing (Y). Adapun model persamaan sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + e}$$

Keterangan:
Y= Variabel dependen
α= Konstanta
β1... β2... β3= Koefisien regresi
X1, X2, X3, X4 = Variabel Independen
e = Standard error

Tabel 7.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,035	1,172		,030	,976
	INOVASI PRODUK	,658	,117	,555	5,623	,000
	KREATIVITAS PRODUK	,109	,046	,092	2,340	,022
	KUALITAS PRODUK	,522	,130	,392	4,025	,000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel 7 pengujian regresi linier diatas maka model analisis regresi berganda antara independen terhadap variabel dependen dapat ditransformasikan dalam model persamaan berikut ini.

Keunggulan Bersaing = 0,035+ 0,658 X1 + 0,109 X2 + 0,522 X3 + e

Dari persamaan regresi linear diatas dapat diinterpresentasikan sebagai berikut :

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol maupun dari observasi. Dalam penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis koefisien determinan, uji F dan uji t.

1) Uji t atau Uji Parsial

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika probabilitas atau signifikan α < 0,05 maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, jika α < 0,05 maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan tabel yang dicari pada α = 5% (*two traile*d), dengan derajat kebebasan (df) = k-1 atau 71-3-1= 67 (n yaitu jumlah data dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan hasil nilai t table sebesar 1,996. Uji ini juga dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan ttabel dengan ketentuan sebagai beikut:Jika thitung> ttabeldan Sig < 0,05, maka h0di tolak HaditerimaJika thitung< ttabeldan Sig > 0,05, maka h0di terima Haditolak.Hasil analisis koefisien determinan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:Keunggulan Bersaing = 0,035 + 0,658 Inovasi Produk (X1) + 0.109 Kretivitas Produk (X2) + 0,522 Kualitas Produk (X3) + e

Tabel 8.
Hasil uji t secara parsial

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23, 2021

Hipotesis 1: Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel Inovasi produk dengan nilai Sig 0,000 dan nilai t hitung 5,623. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf singnifikan 0,05 (0,000 < 0,05). Dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan t tabel, didapat bahwa t hitung >t tabel (5,623 > 1,996). Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga Inovasi produk (X1) secara parsial bepengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

Hipotesis 2: Pengaruh Kreativitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel Kreativitas produk dengan nilai Sig 0,022 dan nilai thitung 2,340. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf singnifikan 0,05 (0,022 < 0,05). Dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan ttabel, didapat bahwa thitung>ttabel (2,340 > 1,996). Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H2 diterima, sehingga Kreativitas produk (X2) secara parsial bepengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

Hipotesis 3: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel Kualitas produk dengan nilai Sig 0,000 dan nilai thitung 4,025. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf singnifikan 0,05 (0,000 < 0,05). Dan berdasarkan perbandingan thitung dengan ttbael, didapat bahwa thitung>ttabel (4,025 > 1,996). Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H3 diterima, sehingga Kualitas produk (X3) secara parsial bepengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y).

2) **Uji Uji F atau Uji Simultan**

Pengujian secara simultan atau bersama-sama dilakukan dengan menggunakan uji statistic F. Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat 0,05. Tingkat signifikan adalah 5% dengan degree of freedom (df) = n (71)-3-1= 67 sehingga Ftabel = 2,74.

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	750,046	3	250,015	289,886	,000[b]
	Residual	57,785	67	,862		
	Total	807,831	70			

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, INOVASI PRODUK

Sumber: Output Sata Olahan SPSS Versi 23

Berdasarkan Tabel 9 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikasi 0,000 dengan F hitung 289,886. Ini berarti nilai Sig lebih kecil dari taraf signifikasi 0,05 (0,000 < 0,05), dan berdasarkan perandingan F hitung dengan F tabel (F tabel α = 0,05, df=k;n-k-1 maka df=3;71) didapat F hitung 289,886 lebih besar dari Ftabel yaitu 2,74 (289,886 > 2,74). Maka dalam hal ini H0 ditolak dan H4 diterima yang menunjukan bahwa inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Uji Koefisien Determinasi (R2) Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Keunggulan bersaing) hasil analisis determinasi dapat dilihat pada hasil output model summary dari hasil regresi linier.

Tabel 10.
Hasil Uji Koefesien Determinasi (R2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,964[a]	,928	,925	,929

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, INOVASI PRODUK

Sumber : Output Data Olahan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil tabel 10 dapat dilihat bahwa koefisien determinasi atau Adjusted R Square sebesar 0,925 (92,5%). Angka tersebut menunjukan bahwa variabel independen yaitu inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk memberi pengaruh pada variabel keunggulan bersaing 92,5% sedangkan sisanya 7,5 % (100%-92,5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil uji hipotesis kesatu dimana variabel inovasi produk dengan nilai sig 0,000 dan nilai thitung 5,623. Ini berarti nilai sig lebih kecil dan taraf signifikasi (0,000 < 0,05). Dan berdasarkan perbandingan t hitung dengan tt abel, didapat bahwa thitung> ttabel(5,623 > 1,996). Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keungulan bersaing terhadap produk kerupuk Ikan ibu Rafeah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (2018) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar".

Pengaruh Variabel Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil uji hipotesis kedua dimana variabel kreativitas produk dengan nilai sig 0,022 dan nilai thitung2,340. Ini berarti nilai sig lebih kecil dan taraf signifikasi (0,000 < 0,05). Dan berdasarkan perbandingan thitung dengan ttabel, didapat bahwa thitung> ttabel (2,340 > 1,996). Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H2 diterima, sehingga kreativitas produksecara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada produk kerupuk Ikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rangga Dismawan (2017) yang menyatakan bahwa kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, hasil uji hipotesis ketiga dimana variabel kreativitas produk dengan nilai Sig 0,000 dan nilai thitung4,025. Ini berarti nilai sig lebih kecil dan taraf

signifikasi (0,000 < 0,05). Dan berdasarkan perbandingan thitung dengan t tabel, didapat bahwa thitung > ttabel (4,025 > 1,996). Maka dalam hal ini, H0 ditolak dan H3 diterima, sehingga kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada produk kerupuk Ikan ibu Rafeah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, dkk (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya.

Pengaruh Inovasi produk, Kreativitas produk, dan Kualitas produk

Secara Simultan Terhadap Keunggulan Bersaing. Pengujian hipotesis yang ke empat bahwasanya variabel inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Ikan ibu Rafeah. Simpulan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari (2018), yang menyatakan bahwa variabel inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk pada produk kerupuk udang mak wing, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian secara parsial membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Ikan ibu Rafeah.
2. Pengujian secara parsial membuktikan bahwa kreativitasproduk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Ikan ibu Rafeah.
3. Pengujian secara parsial membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Ikan ibu Rafeah.
4. Pengujian secara simultan membuktikan bahwa inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Produk Kerupuk Ikan ibu Rafeah.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, Nur. (2018). Industri Manufaktur di Sumatera Barat Melambat. https://www.republika.co.id. Di akses pada 24 Juni 2019.

Aisidiktya, 2018, Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Counter Hand phone di Kecamatan kartasura, Skripsi, Institude Agama Islam Negeri Islam, Surakarta

Agustina, L & Lestari, A.P.I. (2020). Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika dengan Metode Problem Posing. Prosiding Seminar Nasional Sains 2020, 1(1): 425 432

Dismawan, Rangga,. "Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing." 1-14.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Kurniasari, Rika Devi. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing". Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, dalam http://eprints. Uny. ac.id, diakses 1, November 2018.

Peta-Potensi-Investasi-Kabupaten-Karimun.https://dpmptsp.karimunkab.go.id/wp-content/uploads/2023/03/ p

Peraturan Pemerintah Nomor 7 tahun 2021, Tentang Kemudahan, Pelindungan, Dan Pemberdayaan Koperasi Dan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

Sugiyono (2019:107). Sugiyono (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung : CV Alfabeta.