



Analisis Penggunaan Teknologi Informasi, Inovasi Produk, dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Sektor Kuliner Kota Padang

Afriyeni Afriyeni*¹, Revy Verninda Rinesia², Abdul Hamid³

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP, Padang, Indonesia

³University Tun Hussein Oon Malaysia, Malaysia

Email: afriyeni.yen@gmail.com*¹, revyvernindarinesia@gmail.com², abdulhamid@uthm.edu.my³

Abstract

MSME is an abbreviation for Micro, Small and Medium Enterprises, where this sector is an important part of the economy of a region or country. This is also the case with Padang City where MSMEs play a very important role in increasing regional economic progress. This exploration expects to decide the impact of the utilization of data innovation, item development and market direction on the upper hand of MSMEs in the culinary area in Padang City. The research method used is a quantitative method, with the research object being Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector located in West Padang District, Padang City. The population used is 3,892 culinary sector MSMEs in West Padang sub-district, Padang City. The number of samples used was 120 respondents. Information examination procedures use research instrument tests, old style presumption tests, numerous direct relapse investigation, and speculation testing. According to the findings of the study, MSMEs in the West Padang District's culinary industry enjoy a significant competitive advantage thanks to information technology, then product innovation has a positive and significant influence on the competitive advantage of MSMEs in the Culinary sector in Padang Barat 3 District, then market orientation has a positive and significant contribution to the competitiveness of MSMEs in the culinary sector in West Padang Sub-district. Based on these findings, it can be said that MSME business actors must be able to utilize information technology, carry out product innovation, and have a market orientation in order to excel in competition.

Keywords: Information Technology, Product Innovation, Market Orientation, Competitive Advantage, MSMEs

Abstrak

UMKM adalah kependekan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang merupakan bagian penting dari pertumbuhan ekonomi suatu daerah atau negara. Demikian juga halnya dengan Kota Padang, dimana UMKM sangat berperan dalam peningkatan kemajuan ekonomi daerah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana penggunaan teknologi informasi, Inovasi dalam menciptakan produk, dan orientasi pada pasar berpengaruh pada keunggulan UMKM sektor kuliner Kota Padang. Adapun teknik penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan objek penelitian adalah Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang kuliner yang berlokasi di Kecamatan Padang Barat, Kota Padang. Pada kecamatan Padang Barat Kota Padang, terdapat 3.892 UMKM di bidang kuliner yang dijadikan populasi. Sementara itu, yang menjadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Analisis data yang digunakan adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis yang menghasilkan kesimpulan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di sektor kuliner Wilayah Padang Barat, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan serta orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM di sektor kuliner Wilayah Padang Barat. Berdasarkan temuan ini dapat dikatakan bahwa pelaku usaha UMKM harus dapat memanfaatkan teknologi informasi, dan melakukan inovasi produk, serta adanya orientasi terhadap pasar agar menjadi unggul dalam bersaing.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing, UMKM

Pendahuluan

Saat ini, bidang keuangan yang memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan dan kegiatan keuangan di Indonesia adalah sektor UMKM. Perorangan atau kelompok usaha yang memenuhi persyaratan sebagaimana tercantum dalam UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM dianggap sebagai bagian dari UMKM. UMKM menjadi salah satu bidang usaha yang menopang perekonomian suatu negara dan bahkan mampu bertahan pada saat kondisi krisis ekonomi (Safrianti et al., 2022). UMKM telah membantu Indonesia dalam menghadapi krisis ekonomi dan menjadi sumber mata pencaharian bagi sebagian besar warganya. Meskipun tidak diragukan lagi bahwa UMKM memainkan peran cukup besar dalam pertumbuhan ekonomi negara, namun peran penting ini tidak sejalan dengan rekam jejak keberhasilan UMKM (Afriyeni et al., 2023).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan tren positif. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, UMKM mencakup lebih dari 60% dari seluruh usaha di Indonesia dan mempekerjakan sekitar 110 juta orang, atau sekitar 58% dari total penduduk Indonesia, yang menjadikannya salah satu sumber tenaga kerja terbesar di Indonesia. Seperti yang dinyatakan dalam pernyataan publik HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021 oleh Layanan Penyelenggara Masalah

Keuangan Republik Indonesia, usaha mini, kecil, dan menengah adalah bagian yang benar-benar moneter di Indonesia. Kementerian Koperasi dan UMKM melaporkan saat ini terdapat 64,2 juta UMKM yang menyumbang 61,07% PDB negara atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Hal ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan.

Teknologi yang memungkinkan manusia untuk membuat, memodifikasi, menyimpan, mengkomunikasikan, dan/atau menyebarkan informasi dikenal sebagai teknologi informasi (TI). Salah satu contoh penggunaan teknologi informasi adalah penggunaan platform pemesanan online atau aplikasi mobile untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan makanan, memudahkan pelaku usaha memantau stok bahan baku, mengelola inventaris, dan mempercepat proses transaksi, perusahaan juga dapat menggunakan teknologi mutakhir untuk menciptakan barang yang lebih baik atau inovatif. Meskipun demikian, relatif sedikit pelaku UMKM yang benar-benar menggunakan fasilitas teknologi informasi (TI) untuk membantu bisnis mereka, khususnya untuk memamerkan dan melakukan transaksi melalui web atau disebut juga dengan Perdagangan Elektronik. Padahal, ketersediaan pasar yang besar dan berbeda untuk produk yang ditawarkan merupakan salah satu kunci keberhasilan UMKM (Hasanah et al., 2020).

Inovasi produk yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dibandingkan kompetitor merupakan faktor lain dalam menentukan keunggulan kompetitif. Inovasi produk merupakan upaya mempertahankan suatu produk agar tetap populer di kalangan pembeli yang membutuhkan pengembangan imajinatif agar pembeli tidak beralih ke produk lain yang serupa (Annisa et al., 2023).

Fenomena yang terjadi pada keunggulan bersaing UMKM sektor kuliner terhadap penerapan inovasi produk masih belum optimal. Banyak usaha sejenis dan persaingan antar usaha masih sangat ketat. Inovasi merupakan cara bagi pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya yang dinamis. Karena ada pengaruh langsung secara positif, pelaku UMKM harus mempelajari dan menerapkan inovasi produk agar mereka dapat menyesuaikan diri dengan perubahan selera konsumen dan meningkatkan keunggulan bersaing mereka (Hasnatika & Nurnida, 2018).

Selain inovasi produk dan penggunaan teknologi informasi, orientasi pasar juga mempengaruhi keunggulan bersaing. Dunia usaha menghadapi semakin banyak persaingan dan perubahan permintaan konsumen, menjadikan orientasi pasar sebagai masalah yang kritis. Akibatnya, para pelaku usaha secara sadar harus selalu dekat dengan pasar (Dalimunthe, 2017). Orientasi pasar mencoba untuk memahami dan menggunakan faktor-faktor luar dari organisasi untuk mengenali dan menjawab kebutuhan klien, permintaan dan asumsi serta memberikan produk yang tepat. Namun UMKM di Kota Padang saat ini menghadapi dilema karena terlalu fokus pada pasar. Banyak pelaku UMKM yang masih gagal menjalankan orientasi pasar, sehingga menghambat mereka untuk berhasil mempertahankan atau meluncurkan perusahaan baru.

Sebagaimana dalam riset sebelumnya oleh Hidayat (2021) yang berjudul Peranan Adopsi Teknologi Informasi dan Perkembangan Produk dalam upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM di Provinsi Sumatera Barat saat pandemi menemukan bahwa ada pengaruh teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing, serta riset oleh Dalimunthe (2017) yang berjudul peningkatan daya saing melalui pengarahannya pasar dan pengembangan barang mengamati bahwa terdapat dampak dari pengembangan barang terhadap daya saing. Pernyataan tersebut berbanding lurus dengan temuan bahwa orientasi pasar berdampak pada keunggulan bersaing, yang oleh Alwi & Handayani (2018) dalam penelitiannya "Keunggulan Bersaing UMKM yang Dipengaruhi oleh Orientasi Pasar dan Inovasi produk.

Kajian Pustaka

Dari segi kontribusinya terhadap pertumbuhan PDB, sektor UMKM sejauh ini merupakan sektor yang paling penting. UMKM berkontribusi terhadap perekonomian lokal karena lapangan kerja yang dapat mereka hasilkan. Menurut Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, perusahaan milik warga negara Indonesia termasuk UMKM apabila penjualan tahunannya paling sedikit Rp 1.000.000.000,00 dan kekayaan bersihnya tidak lebih dari Rp 200.000.000,00.

Rahmasari (2019) berpendapat bahwa teknologi informatika dapat dilihat sebagai alat yang memfasilitasi komunikasi efektif antar individu dengan berfungsi sebagai jembatan di antara mereka. Selanjutnya inovasi produk merupakan kemajuan fungsional, yaitu produk yang memiliki kemampuan untuk maju dibandingkan dengan produk pesaing. Kedekatan dalam penampilan produk yang serupa dari para pesaing adalah indikator pendorong untuk peningkatan produk, sebagian besar produk pesaing muncul tanpa mengalami perubahan besar-besaran dan mengejutkan, umumnya akan statis (Ondra et al., 2017).

Menurut Darwis & Utama (2020), orientasi pasar adalah proses pengumpulan, penerapan, dan penyebaran informasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memahami tindakan pesaing. Orientasi pasar memiliki tarikan bagi orang-orang untuk tetap berada di sekitar pasar yang bersaing, klien, dan antara koordinasi utilitarian untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar lebih unggul dan mengembangkan eksekusi organisasi.

Metode Penelitian

Metodologi analisis regresi linier berganda dan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Fokus penelitian ini yakni UMKM industri jasa makanan di Kecamatan Padang Barat Kota Padang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 3.892 unit usaha, dengan menggunakan metode kuantitatif dan convenience sampling, sehingga diperoleh sampel sebanyak 120 responden.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Dari hasil sebaran kuesioner, terdapat 67 responden berjenis kelamin laki-laki (55, 8%) dan 53 responden berjenis kelamin perempuan (44, 2%) yang berpartisipasi. Lama bekerja responden dalam penelitian ini adalah di bawah 3 tahun, tepatnya 60 responden atau sekitar setengah dari responden lengkap. Pendapatan per bulan responden dalam kuesioner ini tidak mencapai Rp300.000.000, yaitu 95 responden (79, 2%) dari total responden.

Analisis Regresi Linear Berganda

Keterkaitan antara variabel independent (bebas) dan variabel dependen (terikat) dapat dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda. Berikut ini ialah hasil uji yang telah dilakukan:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0,372	1,121		0,332	0,741
Teknologi Informasi	0,138	0,067	0,144	2,060	0,042
Inovasi Produk	0,158	0,107	0,113	2,479	0,042
Orientasi Pasar	0,476	0,062	0,689	7,707	0,000

Sumber: Data Diolah (2024)

Pernyataan di atas merupakan dasar dari persamaan berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 0,372 + 0,138 X_1 + 0,158 X_2 + 0,476 X_3$$

Berdasarkan data yang diberikan oleh persamaan regresi, dapat menyimpulkan hal-hal berikut tentang hubungan kedua variabel:

- Nilai konstanta (α) adalah 0,372, dapat diartikan bahwa ketika teknologi informasi, inovasi produk, dan orientasi pasar memiliki nilai 0, maka pada kondisi tersebut, keunggulan bersaing yaitu sebesar 0,372 satuan.
- Dengan asumsi seluruh variabel independen lainnya bernilai nol, maka peningkatan satu satuan pada variabel teknologi informasi akan menghasilkan peningkatan keunggulan bersaing sebesar 0,138 satuan, sesuai dengan nilai koefisien regresi 0,138 untuk variabel tersebut.
- Variabel X_2 yaitu inovasi produk memiliki nilai koefisien regresi 0,158, maka keunggulan bersaing akan meningkat 0,158 satuan untuk setiap kenaikan satu satuan pada variabel inovasi produk, dengan catatan variabel independen lainnya bernilai nol (0).

- d. Selanjutnya diasumsikan seluruh variabel independen selain Orientasi Pasar dianggap nol, maka apabila variabel orientasi pasar meningkat sebesar satu satuan, maka keunggulan bersaing akan mengalami peningkatan 0,476 satuan, sesuai dengan nilai koefisien regresi variabel orientasi pasar 0,476.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 2. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.913	0,833	0,829	2,153

Sumber: Data Diolah (2024)

Pada tabel di atas terlihat nilai Adj. R Square yang dicapai 82,9% dari analisis uji koefisien determinasi (R^2). Dengan kata lain, sebanyak 82,9% keunggulan bersaing (Y) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini: teknologi informasi (X1), inovasi data (X2), dan orientasi pasar (X3). Akibatnya, variabel asing mencapai 17,1% dari total. Nilai R^2 yang meningkat variabel independen mempunyai pengaruh yang lebih kuat terhadap keragaman variabel dependen. Model regresi yang digunakan cukup efektif dalam menjelaskan variabilitas keunggulan bersaing berdasarkan teknologi informasi, inovasi produk dan orientasi pasar pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Padang Barat.

1. Uji t

Untuk menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel independen mempengaruhi variasi variabel dependen digunakan statistik-t. Uji-t mempunyai tingkat ketepatan 95% yaitu 5% atau 0,05. Hasil pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sifat hubungan antara kedua variabel dirinci di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji t

No	Variabel	t-hitung	t-tabel	a	Sig	Kesimpulan
1	Teknologi Informasi	2,060	1,658	0,05	0,042	H1 Diterima
2	Inovasi Produk	2,479	1,658	0,05	0,042	H2 Diterima

3	Orientasi Pasar	7,707	1,658	0,05	0,000	H3 Diterima
---	-----------------	-------	-------	------	-------	-------------

Sumber: Data Diolah (2024)

Di Kecamatan Padang Barat, daya saing UMKM sektor kuliner dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel teknologi informasi (X1), sesuai hasil uji parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Kesimpulan tersebut didukung oleh nilai t-hitung > t-tabel ($2,060 > 1,658$) dan nilai signifikansi yang kecil dari alpha ($0,042 < 0,05$). Jadi, H1 diterima dalam penelitian ini.

Nilai t-hitung pada variabel inovasi produk (X2) lebih besar dari t-tabel ($2,479 > 1,658$) dan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,042 < 0,05$) yang berarti membantu daya saing UMKM sektor kuliner di wilayah Padang Barat secara signifikan. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) diterima.

Variabel orientasi pasar (X3) berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing UMKM sektor kuliner Kecamatan Padang Barat. Hal ini didukung dengan nilai t-hitung > nilai t-tabel ($7,707 > 1,658$) dan nilai signifikansi kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hipotesis ketiga (H3) penelitian ini diterima.

2. Uji F

Dari pengujian kelayakan model yang telah dilakukan, diperoleh hasil seperti yang tertera berikut ini:

Tabel 4. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	31,666	3	10,555	5,791	.001 ^b
Residual	211,430	116	1,823		
Total	243,095	119			

Sumber: Data Diolah (2024)

Dengan menggunakan rumus ($df=n-k-1$) $df= 120-3 - 1 = 116$ maka diperoleh nilai F tabel 2,680, seperti terlihat pada penjelasan sebelumnya menghasilkan nilai F 5,79. Pada taraf signifikansi 0,001 ($p < 0,05$) terbukti F hitung > F tabel. Variabel teknologi informasi, inovasi produk, dan orientasi pasar secara bersamaan mempengaruhi keunggulan UMKM di bidang kuliner di Padang Barat.

Pembahasan

Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Kecamatan Padang Barat

Dari uji hipotesis pertama, diperoleh hasil variabel teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing UMKM sektor kuliner Kecamatan Padang Barat, dengan indikator kecanggihan, kemanfaatan, dan keefektifan. Hipotesis kesatu (H1) pada penelitian ini diterima. Teknologi merupakan salahsatu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing UMKM dibidang kuliner di wilayah Kecamatan Padang Barat. Dengan penggunaan teknologi informasi sangat penting untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Penggunaan teknologi informasi dapat membantu pengusaha untuk meningkatkan kualitas produk dan melakukan inovasi yang menjadi daya tarik konsumen.

Sejalan dengan temuan Hidayat (2021) dengan judul Peranan Adopsi Teknologi Informasi dan Perkembangan Produk dalam upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM di Provinsi Sumatera Barat menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif pada keunggulan bersaing. Abi et al., (2022) berpendapat sama dalam temuan penelitian berjudul Pengaruh Teknologi Informasi dan Modal Kerja Terhadap Daya Saing UMKM di Kota Bengkulu.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Kecamatan Padang Barat

Dari uji hipotesis kedua, ditemukan variabel inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keunggulan bersaing UMKM sektor Kuliner di Kecamatan Padang Barat, dengan indikator perluasan produk, peniruan produk serta produk baru. H2 diterima. Inovasi produk merupakan satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan UMKM di bidang kuliner di Wilayah Padang Barat. Salah satu aspek kunci dalam menentukan besarnya keunggulan bersaing adalah inovasi yang berkelanjutan tanpa meninggalkan sifat-sifat unik yang mungkin ditiru.

Temuan ini sejalan pendapat dari Annisa et al., (2023) berjudul Pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaingn UMKM di bidang kuliner di Kecamatan Koja. Sama halnya dalam kajian yang

dilakukan oleh Alwi dan Handayani (2018) dengan judul daya saing UMKM yang terdampak oleh orientasi pada pasar dan kreativitas produk.

Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Kota Padang

Dari hasil uji hipotesis ketiga, ditemukan variabel orientasi pada pasar memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor kuliner di Kecamatan Padang Barat, dengan indikator orientasi konsumen, orientasi pesaing, dan koordinasi interfunksional (H3 diterima). Orientasi pasar merupakan satu variabel yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing UMKM di bidang kuliner di wilayah Kecamatan Padang Barat. Dengan adanya orientasi pasar, para pengusaha bisa lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk sesuai keinginan konsumen sehingga memiliki daya tarik dan unggul dalam persaingan.

Temuan ini selaras dengan pendapat Juwita et al., (2023) berjudul analisis strategi orientasi pasar dan penggunaan sosial media instagram pada keunggulan bersaing. Begitu juga penelitian dari Verbyani & Handoyo (2021) dengan judul pengaruh inovasi, orientasi kewirausahaan dan pasar pada keunggulan bersaing UMKM Kuliner.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang analisis penggunaan teknologi informasi, inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh pada keunggulan bersaing UMKM sektor Kuliner di Kecamatan Padang Barat dapat ditarik kesimpulan. *Pertama*, keunggulan kompetitif UMKM di industri kuliner Kecamatan Padang Barat dipengaruhi oleh teknologi informasi. *Kedua*, inovasi produk secara signifikan mempengaruhi keunggulan UMKM di sektor kuliner Kecamatan Padang Barat. *Ketiga*, orientasi pada pasar berpengaruh terhadap keunggulan UMKM pada kawasan kuliner di Kecamatan Padang Barat.

Daftar Pustaka

- Abi, Y. I., Melinda, T. F., & Sari, D. R. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Modal Kerja Terhadap Daya Saing UMKM Di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 273–280.
- Afriyeni, A., Marlius, D., & Susanti, F. (2023). Pelatihan Penyusunan Proposal Usaha Dan Analisis Laporan Keuangan Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kepulauan Mentawai. *JPKBP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan Bersaing UKM Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193.
- Annisa, F., Purwana, D., & Fidhyallah, N. F. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Bidang Kuliner Di Kecamatan Koja. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 315–326.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3(2), 140–153.
- Darwis, H., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 542–552.
- Hasanah, R. L., Kholifah, D. N., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan Dan Teknologi Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Purbalingga. *Kinerja*, 17(2), 305–313.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” Di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1–9.
- Hidayat, D. (2021). Peran Adopsi Teknologi Informasi Dan Inovasi Produk Dalam Memperkuat Keunggulan Bersaing Pada UMKM Di Provinsi Sumatera Barat Saat Pandemi. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 2(2), 90–110.
- Juwita, R., Sunarya, E., & Jhoansyah, D. (2023). Analisis Strategi Orientasi Pasar Dan Penggunaan Sosial Media Instagram Terhadap Keunggulan Bersaing. *COSTING: Journal Of Economic, Bussines And Accounting*, 7(1), 1025–1032.
- Ondra, M., Škaroupka, D., & Rajlich, J. (2017). Innovating Product Appearance Within Brand Identity. *International Journal Of Innovation Science*, 9(2), 153–169.
- Rahmasari, L. (2019). Analisis Pengaruh Supply Chain Integration, Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Freight Forwarding. *Jurnal Ilmiah Aset*, 21(1), 33–38.
- Safrianti, S., Puspita, V., Shinta, S. D., & Afriyeni, A. (2022). Tingkat financial technology terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan variabel intervening inklusi keuangan pada pelaku UMKM Kota Bengkulu. *MBR (Management and*

Business Review), 6(2), 212–227. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i2.7538>

Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UKM Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 875–883.