

**PENGARUH MODAL USAHA DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
TOKO YUCAKWE SAMBAS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Strata Satu (S-1)**

SKRIPSI



**Ditulis Oleh :
Cindy Angelina
201010084**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2024**

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Toko Yucakwe Sambas**” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M. dan selaku dosen pembimbing I.
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M
5. Ibu Elisabeth Nainggolan S.pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

7. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
8. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
9. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
10. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 7 Mei 2024
Penulis

Cindy Angelina
201010084

ABSTRAK

Cindy Angelina, 201010084, 2024, Pengaruh modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe Sambas, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Pembimbing II: Elisabeth Nainggolan S.Pd., M.Sc.,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada toko yucakwe sambas. Jenis data penelitian adalah data kuantitatif dan sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli makanan Toko Yucakwe Sambas yang jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti. Jumlah sampel adalah 100 dengan pedoman *Hair*. Teknik analisis pengambilan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*. Data dianalisis dengan metode analisis regresi berganda yang menghasilkan persamaan **keunggulan bersaing = 16.503 + 0,134 Modal Usaha + 0,043 Inovasi Produk**. peneliti juga menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas dan variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada toko yucakwe sambas. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel modal usaha dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing toko yucakwe sambas. Koefisien determinasi sebesar 0,673 artinya 67,3% variabel keunggulan bersaing hanya dapat dijelaskan variabel modal usaha dan inovasi produk dan sisanya 32,7% variabel keunggulan bersaing dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti lokasi dan harga

Kata kunci : Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Modal Usaha

ABSTRACT

Cindy Angelina, 201010084, 2024, The influence of business capital and product innovation on the competitive advantage of the Yucakwe Sambas Shop, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M., Supervisor II: Elisabeth Nainggolan S.pd., M.Sc.,

This research aims to find out whether there is an influence of business capital and product innovation on the competitive advantage of Yucakwe Sambas shops. The type of research is quantitative data and the data sources used are primary data and secondary data. The population in this study are all consumers who have purchased food from the Yucakwe Sambas Shop, the number of which cannot be known with certainty. The number of samples is 100 with Hair guidelines. The sampling analysis technique uses accidental sampling. The data was analyzed using the multiple regression analysis method which produced a competitive advantage equation = $16,503 + 0.134 \text{ Business Capital} + 0.043 \text{ Product Innovation}$. researchers also used a significance level of 5%. The partial research results show that the business capital variable has a significant effect on the competitive advantage of the Yucakwe Sambas Shop and the product innovation variable has a significant effect on the competitive advantage of the Yucakwe Sambas shop. The research results simultaneously show that the variables of business capital and product innovation have a significant effect on the competitive advantage of the Yucakwe Sambas shop. The coefficient of determination is 0.673, meaning that 67.3% of the competitive advantage variable can only be explained by business capital and product innovation variables and the remaining 32.7% of the competitive advantage variable is explained by other variables not included in the research model such as location and price.

Keywords: Business capital, , competitive advantage, product innovation

MOTTO

“ Writing this thesis accompanied by my 4 dogs until midnight and make me think sometimes angels comes to us with four paws and wet nose. Shout out to them and my family to keep me sane while writing this thesis”

“ Padi Tumbuh Tak Berisik”

(Tan Malaka)

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini Kupersembahkan untuk :

TUHAN yang tak pernah berhenti melimpahkan kasih karunia – Nya

Dalm Hidupku. Terima kasih banyak ya,

Tuhan ...

Orang tua, kakak, paman dan tante saya yang telah senantiasa mendoakan dan

selalu memberi dukungan kepada saya.

Hocky, Black, Coody & Coco yang telah senantiasa menjemput saya, menunggu

saya pulang kampus dan menemani saya mengerjakan skripsi ini sampai tengah

malam dan menghilangkan stress saya saat mengerjakan skripsi ini.

Dan yang terakhir adalah saya sendiri yang telah berjuang untuk membuat skripsi

ini

DAFTAR ISI

JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME	
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	7

1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Keunggulan Bersaing	9
2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing	9
2.1.1.2 Unsur Dasar Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing	10
2.1.1.3 Syarat – syarat strategis	11
2.1.1.4 Keunggulan kompetitif perusahaan yang berwirausaha	12
2.1.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing	13
2.1.2 Teori Inovasi.....	14
2.1.2.1 Pengertian Inovasi.....	14
2.1.2.2 Keberhasilan Manajemen Inovasi.....	14
2.1.2.3 Jenis – jenis Inovasi	15
2.1.2.4 Tahapan Inovasi	15
2.1.2.5 Indikator Inovasi Produk	16
2.1.3 Teori Modal	16
2.1.3.1 Pengertian Modal	16
2.1.3.2 Sumber Modal Usaha	17
2.1.3.3 Jenis – jenis Modal Usaha	18
2.1.3.4 Prinsip Modal Usaha	18
2.1.3.5 Indikator Modal Usaha	19

2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3	Kerangka Konseptual	23
2.4	Hipotesis Penelitian	23
BAB III	METODE PENELITIAN	24
3.1	Lokasi dan Waktu Peneliitian.....	25
3.1.1	Lokasi Penelitian	25
3.1.2	Waktu Penelitian.....	25
3.2	Jenis dan Data Sumber	25
3.2.1	Jenis Data	25
3.2.2	Sumber Data	26
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi	26
3.3.2	Sampel.....	27
3.4	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Teknik Analisa Data.....	30
3.6.1	Uji Validitas	30
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.7	Uji Asumsi Klasik	31
3.7.1	Uji Normalitas	31
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	32
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	33
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.9	Uji Hipotesis.....	34

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas	50
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.1.8 Pengujian Hipotesis	53
4.1.8.1 Uji t (Uji secara Parsial).....	53
4.1.8.2 Uji f (Uji secara Simultan).....	56
4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R_2)	56
4.1.10 Kontribusi Pengaruh Modal Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	57
4.2 Pembahasan	60
4.2.1 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing.....	60
4.2.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	61
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran Akademis.....	62
5.3 Implikasi Manajerial.....	63

DAFTAR PUSTAKA

SURAT IZIN PENELITIAN

SURAT BALASAN PENELITIAN

KARTU PESERTA SEMINAR PROPSAL

KARTU BIMBINGAN PROPOSAL

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Modal Usaha.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umum	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	42
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Nilai Belanja	43
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Modal Usaha (X_1)	44
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X_2).....	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing (Y).....	46
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	47
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Multikolinearitas	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.11	Uji t (Uji Secara Parsial)	54

Tabel 4.12	Hasil Uji f	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	57
Tabel 4.14	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas	57
Tabel 4.15	Nilai Koefisien Korelasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Toko Yucakwe	4
Gambar 1.2	Menu Yucakwe	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	23
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Toko Yucakwe Sambas	39
Gambar 4.2	Grafik Histogram	48
Gambar 4.3	Grafik Normal P-Plot	49
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplots)	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembaran Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Modal Usaha (X1)
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Modal Usaha (X1)
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Inovasi Produk (X2)
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Inovasi Produk (X2)
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keunggulan Bersaing (Y)
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keunggulan Bersaing (Y)
- Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden
- Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 14 Hasil Pengujian Hipotesis
- Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 16 Hasil Peran Dominan Variabel Bebas
- Lampiran 17 Nilai Koefisien Korelasi
- Lampiran 18 Surat Ijin Riset
- Lampiran 19 Surat Balasan Riset
- Lampiran 20 Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro
- Lampiran 21 Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan 1
- Lampiran 22 Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan 2

Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejak dahulu makanan menempati urutan paling atas dalam memenuhi kebutuhan manusia, sehingga dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Kebutuhan primer yang harus dipenuhi, seperti: makanan, pakaian dan perumahan. Kebutuhan ini merupakan syarat utama untuk mencari kesejahteraan. Pada saat ini di era globalisasi telah membawa perubahan pada lingkungan bisnis dan kompetitif yang semakin meningkat. Perkembangan dunia usaha ini sangat pesat dari prespektif dunia, bisa dikatakan bahwa usaha kecil dan menengah dapat berpengaruh besar dalam pertumbuhan ekonomi suatu bangsa. Pasca terjadinya pandemi *Covid-19* banyak usaha yang sudah dapat berjalan dengan normal. Salah satunya adalah bisnis kuliner yang merupakan sektor industri yang sebelumnya berdampak oleh pandemi *covid-19*. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar.

Pelaku usaha dituntut lebih proaktif dalam menanggapi keinginan konsumen yang semakin beragam. Keadaan ini tentunya akan memaksa pelaku usaha untuk menggunakan berbagai strategi agar usahanya tidak kehilangan daya saing dengan kompetitor. Untuk pencapaian kompetitif yang berkelanjutan pelaku usaha harus mampu bersaing dalam tingkat global dan peningkatan produktivitas. Sudah bukan rahasia lagi bahwa penyebab utama rendahnya produktivitas UKM di Indonesia dan negara berkembang pada umumnya adalah rendahnya Inovasi

yang dimiliki para pelaku usaha. Keinginan berwirausaha digemari karena keinginan untuk mandiri, serta memiliki impian personal.

Perkembangan dunia kuliner yang semakin pesat, menjadi ladang bisnis yang diminati banyak orang. Setiap bentuk usaha kuliner tersebut memiliki tingkat kesulitan berbeda-beda dalam mengelolanya. Oleh karena itu, pemilik usaha harus beradaptasi dengan keadaan saat ini dan harus mengikuti perubahan yang ada. Mardiyono & Sugiyarti yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja pemasaran dalam menghadapi persaingan (Mardiyono & Sugiyarti, 2015). Keunggulan bersaing bisa dicapai apabila setiap usaha dapat memberi nilai yang lebih kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya.

Toko Yucakwe Sambas masuk pada sektor makanan yang penjualannya menurun setiap tahunnya, menurunnya volume sektor makanan setiap tahun tentu saja akan berdampak pada kemampuan bersaing masing-masing usaha. Inovasi produk harus mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan produk) sehingga mampu menjadikan perusahaan lebih unggul dibandingkan pesaingnya (Randy & Enrica, 2022). Keunggulan bersaing Toko Yucakwe adalah mereka sudah memiliki banyak pelanggan dan mereka mengolah makanannya tanpa ada alat bantu seperti mixer agar tekstur dan rasa dari makanan tersebut sesuai standard.

Modal adalah aspek yang memiliki andil dan penting dalam proses produksi, karena modal dibutuhkan jika orang ingin membuka usaha baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan

mempengaruhi keberlangsungan usaha, sehingga hal ini akan sangat berpengaruh pada pendapatan. Pengertian modal menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah uang digunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang seperti, harta benda (uang, barang) bisa digunakan dalam menghasilkan sesuatu yang mampu menambah kekayaan dan sebagainya.

Opini Bambang Riyanto tentang modal adalah hasil produksi dapat digunakan kembali untuk memproduksi lebih lanjut dalam proses perkembangannya, kemudian modal akan ditekankan pada nilai, daya beli, ataupun kekuasaan menggunakan yang ada dalam barang-barang modal. Riyanto (2010). Toko Yucakwe memiliki keterbatasan modal usaha. Terbatasnya modal usaha yang dimiliki pemilik Toko Yucakwe, karena biaya bahan pokok yang semakin meningkat sehingga sulit untuk mendapatkan profit.

Pattipeilohy mengatakan bahwa inovasi produk tidak kalah penting. Setiap pemilik usaha harus menampilkan produk yang berinovasi. Feranika et al. (2023). Keunikan produk sebagai hasil inovasi secara sementara akan membawa pesaing yang lebih besar dan inovasi yang diciptakan oleh perusahaan menjadi kunci dari Kemampuan inovasi. Kotler, Philip, Keller menambahkan bahwa inovasi tidak hanya sebatas pada pengembangan inovasi produk baru. Inovasi termasuk juga pada pemikiran untuk bisnis baru dan proses baru. (Kotler & Keller, 2013) inovasi semakin memiliki arti penting bukan sebagai suatu alat ukur untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan. (Fadhli et al., 2021). Inovatif dan kreatifitas merupakan komponen yang penting sebagai sumber keunggulan daya saing bagi pelaku

usaha. Toko Yucakwe memiliki varian produk makanan yang dijual banyak orang. Semakin ketatnya persaingan mengakibatkan suatu produk akan tumbuh berkembang pada suatu titik, dimana produk sulit untuk dibedakan. Hal ini menyebabkan peningkatan persaingan usaha terhadap inovasi menjadi peran utama dalam menembus pasar baru.

Di daerah Indonesia banyak dijumpai berbagai macam Cakwe. Cakwe adalah salah satu penganan tradisional Tionghua. Di Indonesia, cakwe dijual di toko atau di jajakan pedagang kaki lima di beberapa daerah. Cara penyajian di berbagai daerah pun beragam-ragam sajiannya. Di toko yucakwe sambas pemilik toko menjual kue cakwe, kue cakwe jumbo, kue cakwe setengah matang, kue cakwe setengah matang jumbo, kue bohong, kue bohong jumbo dan kue pulut.

Toko Yucakwe badan usaha yang bergerak di bidang kuliner, yang memberikan penanganan dan pelayanan yang baik terhadap setiap konsumen yang datang. Berikut Gambar toko dan menu yucakwe pada gambar 1.1 dan gambar 1.2.

Gambar 1.1
Toko Yucakwe



Gambar 1.2
Menu Yucakwe



Kue Pulut



Cakwe



Kue Bohong

Berikut data modal usaha toko yucakwe

Tabel 1.1
Data modal usaha

Nama produk	Modal usaha perbulan
Cakwe	Rp. 5.500.000,-
Kue bohong + kue Pulut	Rp. 3.000.000,-

Sumber data : Pemilik toko yucakwe sambas

Berdasarkan tabel diatas, modal yang dikeluarkan pemilik toko yucakwe perbulan adalah Rp.8.500.000. pengeluaran tersebut sudah termasuk bahan pembuat kue, gas, listrik dan lain – lain. Cakwe, kue bohong dan kue pulut dijual pcs seharga Rp. 4.000,-. Toko Yucakwe tersebut menjual cakwe setengah matang, cakwe biasa, cakwe jumbo, kue bohong, kue bohong jumbo dan kue pulut. Kue bohong dan kue pulut memiliki adonan yang sama. Pendapatan bersih Toko Yucakwe rata-rata selama sebulan adalah Rp. 20.000.000,-.

Keunggulan bersaing merupakan kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Banyak faktor yang menentukan keunggulan bersaing salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Perusahaan menciptakan inovasi

produk dengan berbagai macam desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang akan diterima oleh pelanggan, sehingga inovasi produk adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing (Kurniasari & Utama, 2018)

Kendala yang dihadapi pemilik toko yaitu kurang adanya modal untuk melakukan inovasi produk. Karena kue tersebut banyak dijual di Kota Medan, oleh karena itu, semakin banyaknya permintaan dan banyaknya persaingan maka para usaha harus mampu memenuhi permintaan konsumen dengan inovasi baru. Dengan ada inovasi baru pada menu maka konsumen tidak akan jenuh dengan produk yang akan ditawarkan.

Berdasarkan uraian yang telah ada, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Toko Yucakwe Sambas”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing, yang pertama perlu dilakukan identifikasi masalah yang ada. Berdasarkan latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian :

1. Kurangnya inovasi produk dengan menambahkan variasi produk, seperti kue kacang hijau, cakwe dengan topping ayam dan selai srikaya pandan. Sehingga ditambahkan untuk memperbanyak produk pada toko.
2. Terbatasnya modal usaha yang dimiliki pemilik Toko Yucakwe, karena biaya bahan pokok yang semakin meningkat sehingga sulit untuk mendapatkan profit.

1.3 Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas dan keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu. Maka sang penulis akan membatasi ruang lingkup agar dalam penelitian akan terfokus pada pokok permasalahan modal usaha (X1), inovasi produk (X2) dan keunggulan bersaing (Y1).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi perumusan masalah yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh modal usaha terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe sambas?
2. Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe sambas?
3. Apakah ada pengaruh modal usaha dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe sambas?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Aspek Praktis

Sebagai dasar perbaikan keunggulan bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

2. Aspek teoritis

Dapat dijadikan sebagai dasar referensi ketika peneliti selanjutnya akan melakukan penelitian dan dapat dijadikan acuan penambahan pengetahuan mengenai pengaruh modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe Sambas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan teori

2.1.1 Teori Keunggulan Bersaing

2.1.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan kompetitif harus diraih setiap perusahaan agar tidak tergerus oleh dinamika perubahan bisnis. (E. R. Lestari, 2019). keunggulan bersaing merupakan jantung dari kinerja perusahaan di dalam pasar yang bersaing. Fatmawati et al. (2016). Untuk memenangkan persaingan, memuaskan konsumen, dan memperoleh profit yang tinggi diperlukan keunggulan kompetitif. (E. R. Lestari, 2019)

Philip Kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang dapat diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dapat dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Kotler & Armstrong (2003). Sedangkan keunggulan bersaing juga dapat berasal dari beberapa aktivitas perusahaan seperti dalam hal merancang, memproduksi, memasarkan, menyerahkan, dan mendukung produknya. (Kurniasari & Utama, 2018)

Dalam beberapa pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing berarti kemampuan sebuah pemilik usaha memformulasikan strategi untuk menciptakan nilai unggul sehingga perusahaan tersebut memiliki nilai lebih dibanding dengan pesaingnya untuk mencapai laba yang sesuai rencana,

meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha.

2.1.1.2 Unsur dasar untuk mencapai keunggulan bersaing

Menurut Leonardus Saiman untuk mencapai keunggulan bersaing, seorang wirausahawan harus mengenali berbagai unsur dasar untuk mencapai keunggulan bersaing, yaitu (Leonardus Saiman, 2014) :

1. Harga atau nilai

Seorang pengusaha harus menghasilkan produk dan jasa rendah biaya, sehingga strategi dalam menetapkan harga (tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan produk/jasa para pesaing)

2. Menyenangkan konsumen

Keunggulan kedua yang harus diupayakan para kompetitor agar produk/jasa dapat bersaing adalah diupayakan agar produk/jasa dapat menyenangkan konsumen.

3. Pengalaman konsumen

Pengalaman baik atau buruk yang kita sampaikan dan yang dialami oleh seorang konsumen, memiliki catatan yang penting dan sering kali melekat seumur hidup.

4. Atribut produk yang dapat dicatat

Keunggulan berikut yang harus dicapai oleh seorang pengusaha adalah seluruh atribut produk/jasa yang melekat di dalam harus dicatat.

5. Keistimewaan layanan yang unik

Jika keempat unsur tersebut telah mencapai posisi unggul, keunggulan berikut yang harus dicapai adalah bagaimana keistimewaan layanan yang unik yang ditampilkan.

2.1.1.3 Syarat – Syarat Strategis

Pendapat Leonardus Saiman beberapa syarat strategis untuk mencapai keunggulan bersaing dan mencakup kemampuan merumuskan strategi bauran pemasaran (4P) yang meliputi (Leonardus Saiman, 2014) :

1. Strategi produk

Berkaitan dengan atribut produk secara utuh atau keseluruhan mulai dari nama, kualitas, manfaat, spesifikasi, bentuk, isi, pembungkus dan atribut produk lainnya.

2. Strategi harga

Setelah strategi produk tercapai, syarat selanjutnya adalah menetapkan strategi harga. Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk membeli atau menikmati produk dan atau jasa tersebut.

3. Strategi tempat dan distribusi

Bagaimana cara perusahaan menyalurkan produk dari tempatnya sampai ke tangan konsumen akhir secara efisien dan efektif, sehingga tidak mengganggu strategi harga.

4. Strategi promosi

Syarat – syarat strategis yang terakhir adalah promosi. Strategi promosi adalah usaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimiliki suatu perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung.

2.1.1.4 Keunggulan Kompetitif Perusahaan Yang Berwirausahaan

Menurut Saban Echdar keunggulan kompetitif perusahaan yang berwirausahaan dapat dicapai melalui (Echdar, 2013):

1. Fokus pada pelanggan

Kurangi birokrasi, puaskan pelanggan, tanggapilah keluhan, jalin komunikasi yang baik, lakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin dan berkesinambungan.

2. Pencapaian kualitas

Kualitas tidak terbatas hanya pada perusahaan besar. Kualitas memegang peranan penting dalam usaha, baik kualitas produk dan atau jasa, lebih-lebih kualitas lainnya seperti kualitas pelayanan

3. Integritas dan tanggung jawab

Sebuah reputasi yang utuh dalam membangun jejaring pelanggan yang setia sangat diperlukan. Penuh tanggung jawab dan integritas kepada setiap tuntutan, utamanya pelanggan dan juga kepada pemangku kepentingan.

4. Inovasi dan kreativitas

Usaha kecil menengah merupakan sumber yang menonjol sebagai sumber inovasi dan kreativitas. Inovasi dan kreativitas akan membawa keunggulan bersaing.

5. Produksi rendah biaya

Manajemen yang serasi dapat mewujudkan produksi rendah biaya. Bila produk dan atau jasa dapat dihasilkan dengan biaya minuman, kita akan mampu bersaing dari sisi harga.

2.1.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Lestari beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah (E. R. Lestari, 2019)

1. Keunikan produk

Keunikan dari suatu produk perusahaan dapat menjadi ciri khas yang dapat dibedakan dengan produk pesaing atau produk umum di pasaran.

2. Kualitas produk

Keunggulan dari suatu produk yang berkualitas akan berhasil diciptakan oleh Perusahaan.

3. Harga yang bersaing

Harga bersaing bisa diartikan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk yang harganya mampu bersaing di pasaran.

2.1.2 Teori Inovasi

2.1.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi dipercaya sebagai komponen utama yang memiliki peran penting dalam suatu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keunggulan bersaing.

Inovasi bertumpu pada pendekatan sumber daya yang diposisikan sebagai basis dalam meraih keunggulan kompetitif, dimana perusahaan tersebut mampu menciptakan kompetensi pada tingkat yang lebih tinggi diantara pesaingnya. (E. R. Lestari, 2019). Inovasi merupakan kerja yang nyata dan harus dikelola sama seperti fungsi organisasi lainnya. (E. R. Lestari, 2019).

Inovasi sendiri didefinisikan sebagai pengambilan ide-ide yang kreatif dan mengembangkannya menjadi produk atau metode kerja yang lebih berguna (Robbins & Coutler, 2016). Inovasi adalah penentu kritis dari kinerja bisnis dan cenderung menjadi sarana strategis untuk menghadapi perubahan lingkungan internal dan eksternal yang disekitarnya. (E. R. Lestari, 2019)..

Menurut penulis, inovasi adalah penerapan ide atau perilaku, yang bisa menjadi sebuah sistem, kebijakan, program, perangkat, proses, produk atau jasa yang baru bagi organisasi.

2.1.2.2 Keberhasilan Manajemen Inovasi

Keberhasilan dalam mengelola Inovasi dapat mengantarkan perusahaan menjadi lebih kompetitif dibanding perusahaan pesaing. Keberhasilan manajemen Inovasi tergantung pada dua hal berikut (E. R. Lestari, 2019) :

1. *Technical resources* yaitu, manusia, peralatan, pengetahuan, dan finansial

2. *Capabilities* yaitu, kapabilitas/kemampuan organisasi untuk mengelola sumber daya.

2.1.2.3 Jenis – Jenis Inovasi

Inovasi yang sukses adalah yang sederhana dan terfokus. Inovasi harus terserah secara spesifik, jelas dan memiliki desain yang dapat diterapkan (Lupiyoadi & Hamdani, 2006). Dalam prosesnya, inovasi dapat menciptakan pelanggan dan pasar baru. Terdapat lima jenis inovasi yang dapat dilakukan wirausaha, yaitu :

1. Pengenalan suatu barang dan perbaikan dari barang yang sudah ada.
2. Pengenalan metode produksi baru atau bagaimana cara pelayanan baru.
3. Pembukaan pasar baru.
4. Penciptaan/pengadaan persediaan (*supply*) bahan mentah atau setengah jadi.
5. Penciptaan suatu bentuk organisasi industri baru.

2.1.2.4 Tahapan Inovasi

Tahap – tahap inovasi dapat dikelompokkan menjadi 2 fase yaitu (Utami et al., 2022) :

1. Penciptaan inovasi yaitu, kreasi gagasan dan pemecahan masalah bagi produk atau solusi produk.
2. Adopsi inovasi yaitu, akuisisi atau implementasi inovasi yang menjadikan sumber peluang dari inovasi.

2.1.2.5 Indikator Inovasi Produk

Berikut indikator dari inovasi produk adalah (Aris, 2017)

1. Kultur inovasi produk adalah budaya inovasi yang ada di perusahaan dan selalu menciptakan produk-produk baru.
2. Inovasi teknis adalah Inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan atau menciptakan produk baru.
3. Inovasi produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk baru yang sesuai dengan banyaknya keinginan pelanggan.

2.1.3 Teori Modal

2.1.3.1 Pengertian Modal

Fenomena modal yang ada selama ini selalu identik dengan uang tunai yang digunakan untuk membuka sebuah usaha. Modal adalah faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses berkembangnya suatu usaha, karena modal diperlukan ketika pemilik usaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup usaha tersebut akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. (Devi, 2021)..

Faktor modal merupakan titik kunci dari setiap usaha dimana modal yang besar akan berpengaruh terhadap seberapa besarnya variasi produk dan tenaga kerja. (Devi, 2021). Modal usaha merupakan suatu unsur penting bagi para industri kecil untuk membangun suatu usaha dan dapat meningkatkan pendapatan (Devi, 2021).

Menurut Bambang Riyanto menyatakan bahwa modal usaha adalah ikhtisar neraca suatu perusahaan yang menggunakan modal konkret dan modal abstrak (Riyanto, 2010). Menurut Bambang Riyanto, modal itu tidak selalu sama dengan uang, tapi dapat dikatakan bahwa modal merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menghasilkan barang atau jasa. (Riyanto, 2010). Sesuai dengan prinsip ekonomi bahwa dengan modal sedikit maka akan mendapatkan keuntungan yang sedikit, sedangkan dengan modal yang besar maka akan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. (Devi, 2021)

2.1.3.2 Sumber Modal Usaha

Dalam usaha perlu suatu modal untuk menjalankan suatu usaha, modal dapat diperoleh dari berbagai sumber baik sumber internal maupun sumber eksternal berikut sumber – sumber modal usaha yaitu:

1. Modal Sendiri

Sumber modal sendiri merupakan cara yang paling mudah, sumber modal sendiri dapat diperoleh dari Tabungan, dana Cadangan atau mempergunakan asset yang tidak produktif.

2. Modal Asing (pinjaman)

Dana ini dapat berasal dari Lembaga keuangan atau orang lain. Sebagai modal pembiayaan/pinjaman, kemungkinan jumlahnya besar tetapi memiliki resiko tinggi karena wirausaha harus mengembalikan berapa yang dipinjam beserta dibagi hasilnya.

2.1.3.3 Jenis – jenis Modal Usaha

Ayodya (2010) menyatakan jenis modal dalam usaha dibagi menjadi dua yaitu, modal investasi dan modal kerja. Kedua jenis tersebut merupakan modal yang berbeda kegunaannya. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai kedua jenis modal tersebut.

1. Modal Investasi

Modal investasi adalah modal awal yang diperlukan untuk investasi awal usaha. Modal investasi yang dikeluarkan untuk membeli kebutuhan usaha yang tetap atau harta tetap.

2. Modal Kerja

Modal kerja adalah modal yang dibutuhkan untuk membiayai operasional jenis modal kerja dibagi atas dua jenis biaya, yaitu modal tetap (biaya yang dikeluarkan setiap bulannya) dan modal variabel (biaya yang pengeluarannya tidak tetap setiap bulan atau mungkin disebabkan karena adanya order tambahan atau pekerjaan tambahan).

2.1.3.4 Prinsip Modal Usaha

Pada prinsip Smart (2010) dalam menjalankan usaha, hanya terdapat tiga jenis modal yang akan anda keluarkan, yaitu:

1. Modal Investasi Awal

jenis modal yang harus dikeluarkan di awal dan biasanya dipakai untuk jangka Panjang. Yang termasuk jenis modal ini antara lain peralatan, bangunan dan barang lain yang dipakai untuk jangka panjang seperti kendaraan, komputer, perabotan kaontor dan lain-lain.

2. Modal Operasional

Modal operasional adalah modal yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasional bulanan dari bisnis anda. Sebagai contohnya: pulsa telepon bulanan, pembayaran gaji pegawai, PLN, air, bahkan retribusi.

3. Modal Kerja

Modal ini adalah modal yang harus anda keluarkan untuk membeli atau membuat produk anda. Modal kerja ini dapat dikeluarkan setiap bulan.

2.1.3.5 Indikator Modal Usaha

Dalam modal usaha, terdapat indikator struktur permodalan, pemanfaatan modal tambah, Hambatan dalam mengakses modal eksternal, Keadaan usaha setelah menambahkan modal. (Devi, 2021)

1. Struktur Permodalan.

Struktur permodalan merupakan ukuran keuangan antara utang jangka pendek, utang jangka panjang dan modal sendiri dalam melakukan kegiatan usaha.

2. Pemanfaatan modal tambah.

Modal tambah sebagai tujuan awal, yaitu untuk mengembangkan usaha, kebanyakan pengusaha gagal dalam mengelola pinjaman, kerana memberikan modal yang lebih banyak pada belanja konsumtif dari pada produktif.

3. Keadaan usaha setelah menambahkan modal.

Hal yang diharapkan setelah menambahkan modal adalah usaha yang dijalankan akan lebih berkembang dan mendapatkan kemajuan dalam pendapatan UKM.

2.2 Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya di samping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitiannya. Dalam penelitian ini, refrensi tinjauan menurut beberapa penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian seperti ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Variabel	Hasil penelitian
1	Fahmi Muhammad Irfan, Suharto, Hanif (2023) Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam ISSN: 2477-6157 SINTA 3 Indonesia	Pengaruh Modal Usaha dan <i>Product Innovation</i> terhadap Eksistensi UMKM dengan digital Marketing sebagai variabel Moderating dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Independen $X_1 = \text{Modal Usaha}$ $X_2 = \text{Inovasi Produk}$ $Y = \text{Perkembangan UMKM}$	Berdasarkan hasil penelitian dan analisis Modal Usaha, Inovasi Produk terhadap perkembangan UMKM dengan <i>Digital Marketing sebagai variabel</i> di Bandari Lampung yang telah peneliti paparkan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu sebagai berikut: a. Besarnya pengaruh modal usaha terhadap Perkembangan UMKM. b. Besarnya pengaruh Inovasi Produk terhadap Perkembangan UMKM dengan <i>digital marketing</i> sebagai variabel moderating

No.	Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Variabel	Hasil penelitian
2	Anik Rachmatullina'iya(2017) Jurnal MANAJERIAL Vol. 2 No 1 Desember 2017 ISSN: 2621-5055 SINTA 3 Jawa Timur	Pengaruh Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran dan Orientasi pasar terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada toko roti Kabupaten Gresik)	Independen $X_1 =$ Inovasi Produk $X_2 =$ Kinerja Pemasaran $X_3 =$ Orientasi Dependen $Y =$ Keunggulan Bersaing	Berdasarkan hasil penelitian ini, maka Inovasi Produk, kinerja pemasaran dan orientasi pasar berpengaruh secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing.hal ini mendukung penelitian Setiawan (2012) bahwa variabel Inovasi Produk dan orientasi pasar secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan positif orientasi pasar terhadap Keunggulan Bersaing kelompok usaha kuliner di Kelurahan Suka Maju. Ketiga, Terdapat pengaruh langsung dan positif inovasi terhadap Keunggulan Bersaing. Keempat, inovasi merupakan variabel perantara yang dapat meningkatkan pengaruh orientasi pasar terhadap Keunggulan Bersaing.
3	Muhammad Bukhori Dalimunthe (2017) Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen Vol 3 No. 1 Mei 2017 ISSN 2407-2648 SINTA 3 Binjai	Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk	Independen $X_1 =$ Orientasi Pasar $X_2 =$ Inovasi Produk $X_3 =$ Keunggulan Bersaing	Keunggulan Bersaing. Keempat, inovasi merupakan variabel perantara yang dapat meningkatkan pengaruh orientasi pasar terhadap Keunggulan Bersaing.
4.	Dwi Gemina, Samsuri, dan Indra Cahya Kusuma (2013) Vol. 15 No. 2 September 2013 ISSN 1411-1438 SINTA 2 Bogor	Keunggulsn Bersaing Koperasi berkaitan dengan Penerapan <i>Intellectual Capital</i> , Manajemen Keanggotaan dan Partisipasi Anggota	Independen $X_1 =$ <i>Intellectual Capital</i> $X_2 =$ Manajemen Keanggotaan $X_3 =$ Partisipasi Anggota Dependen $Y =$ Keunggulan Bersaing	<i>Intellectual Capital</i> melalui komitmen dan kompetensi pengurus dan anggota koperasi dapat memberikan manfaat bagi koperasi serta bersama-sama memajukan koperasi sehingga koperasi tersebut memperoleh keuntungan pada usaha dan manfaatnya
5.	Hommy Dorthy Ellyany Sinaga dan Elisabeth Nainggolan (2023) Vol 1 ; No 2 Agustus 2023	Analisis Kuantitatif Minat Dan Motivasi Mahasiswa Menggunakan Aplikasi E-Commerce Dan Media Sosial Dalam Menjalankan Usaha	Independen $X_1 =$ Minat $X_2 =$ Motivasi Dependen $Y =$ E- <i>commece</i> dan Media Sosial	Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa Kisaran memiliki usaha sampingan tetapi masih banyak yang lebih memilih

No.	Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Variabel	Hasil penelitian
	Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu	Sampingan		memasarkan usaha sampingan tersebut secara offline
6.	Inda Lestari, Miguna Astuti, dan Hariyanto Rdiwan (2019) Vol. 4, No. 1 Februari 2019 ISSN 2581-2165 SINTA 3 Jakarta	Pengaruh Inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM kuliner Pengaruh Inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM kuliner	Independen $X_1 = \text{Inovasi}$ $X_2 = \text{Orientasi Kewirausahaan}$ Dependen $Y =$ Keunggulan Bersaing	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Hal ini menunjukkan semakin UMKM kuliner berinovasi terhadap produknya maka Keunggulan Bersaing terhadap usaha tersebut akan meningkat
7.	Anak Agung Putu Gede Bagus Arie Susandya, Putu Diah Kumalasari, and Ida Ayu RatihManuari (2019) Sriwijaya Internasional Jornal Of Dynamic Economics And Business. ISSN : 2581-2912 Bali Sinta 2	<i>The Role of Green Intellectual Capital on Competitive Advantage: Evidence from Balinese Financial Institution.</i>	Independen $X_1 = \text{Green Human Capital}$ $X_2 = \text{Green Structural Capital}$ $X_3 = \text{Green Relational Capital}$	Hasilnya menunjukkan ramah lingkungan modal manusia, modal relasional ramah lingkungan, dan modal struktural ramah lingkungan berpengaruh keunggulan kompetitif sebesar 17,6%.
8.	Abdul-Kareem Ahmad Arabiyat, Dr. Abdelbaset Ibrahim Hasoneh. (2019). Journal of Economics and Finance, 2019, Vol. 2, No. 12 (2019) Jordan.	<i>The Impact of Intellectual Capital on Competitive Advantage at Jordanian Commercial Banks</i>	Independen $X_1 = \text{Intellectual Capital}$ Dependen $Y =$ <i>Competitive Advantages</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesepakatan mengenai tingginya penerapan <i>Intellectual Capital</i> di YordaniaBank Umum di Yordania dan terdapat kesepakatan mengenai implementasi tinggi dari setiap sub-Modal Intelektual Variabel
9.	Dikdik Harjadi, Dewi Fatmasari, and Ayu Siti Nurhasanah.(2020) Jurnal Ekonomi dan perbankan Syari'ah (2020) Vol 12 (1): 12-21 ISSN : 2303-1573 Cirebon.	<i>Market Orientation And Product Innovation To Increase Competitive Advantages And Its Impact On Marketing Performance.</i>	Independen $X_1 = \text{market orientation}$ $X_2 = \text{product innovation}$ Dependen $Y =$ <i>competitive advantage</i>	Berdasarkan hasil penelitian berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja pemasaran. Artinya semakin tinggi keunggulan kompetitif maka semakin tinggi kinerja pemasaran

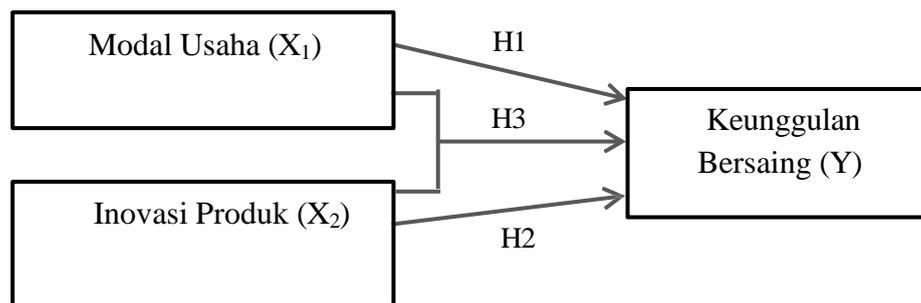
No.	Peneliti (Tahun)	Judul penelitian	Variabel	Hasil penelitian
				akan menjadi.

2.3 Kerangka Konseptual

Tujuan dari penelitian ini adalah mengenal bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor atau variabel, yang telah mengidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

H₁: Terdapat pengaruh modal usaha terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.

H₂: Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe Sambas.

H₃: Terdapat pengaruh modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Toko Yucakwe Sambas, jalan Sambas, kelurahan Mesjid, kecamatan Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara, 20212.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dimulai sejak bulan Februari sampai maret 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Ada dua jenis data yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. **Data kualitatif**

Menurut Wahyudi (2017) Data kualitatif adalah data yang selalu mengutamakan kualitas dari data yang bersangkutan.

2. **Data kuantitatif**

Menurut Sugiyono (2018). Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel digunakan secara random, pengumpulan data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Sumber data merupakan segala sesuatu yang memberikan informasi mengenai data. Data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder adalah sesuai dengan Undang-Undang tenaga kerja, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2018) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi berupa manusia, objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi penelitian yang akan digunakan adalah konsumen Toko Yucakwe yang tidak diketahui jumlahnya.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian untuk mengambil keseluruhan obyek yang diteliti atau dianggap mewakili seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh pemilik tersebut. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental* sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan. Jadi dasar pertimbangannya akan ditentukan sendiri oleh peneliti karena jumlahnya tidak diketahui pasti. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus *Hair* karena belum mengetahui ukuran populasinya. Secara umum ukuran sampel yang lebih dari 100 lebih baik, akan tetapi ukuran sampel yang lebih kecil dari 100 dapat diterima, tergantung dari latar belakang penelitian (Hair et al: 2018). Penentuan sampel minimum dihitung berdasarkan rumus berikut (hair et al 2010)

$$N = \{5 \text{ sampai } 10 \times \text{Jumlah Indikator yang digunakan}\} = 10 \times 9 = 90$$

Dari perhitungan di atas, maka Sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 90 responden.

3.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut Sugiyono (2018). Definisi operasional variabel adalah suatu definisi untuk mengidentifikasi kriteria yang diperlukan

untuk di observasi sehingga memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu :

1. Variabel bebas (variabel independen)

Menurut Sugiyono definisi variabel independen adalah “variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependen (terikat)”. Sugiyono (2020). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah modal usaha (X_1) dan inovasi produk (X_2).

2. Variabel terikat (variabel dependen)

Menurut sugiyono variabel dependen adalah “variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing (Y). Sugiyono (2018)

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Modal Usaha (X_1)	Modal usaha adalah sejumlah uang yang digunakan untuk kegiatan operasional sebuah usaha atau bisnis	1. Struktur Permodalan. 2. Pemanfaatan modal tambah. 3. Keadaan usaha setelah menambahkan modal. Sumber: (Devi, 2021)	Likert
Inovasi Produk (X_2)	Inovasi produk adalah Inovasi yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai Inovasi Produk baru.	1. Kultur inovasi produk 2. Inovasi teknis 3. Inovasi produk Sumber : (Aris, 2017).	Likert
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing adalah sekumpulan faktor yang membedakan perusahaan kecil dari pesaingnya	1. Keunikan produk 2. Kualitas produk 3. Harga bersaing Sumber : (E. R. Lestari, 2019)	Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) metode pengumpulan data dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang paling dalam dan jumlah responden tersebut sedikit.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan ditulis kepada responden untuk dijawabnya. cara memberi pernyataan ditulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Sekaran (2006) kuesioner adalah daftar pertanyaan yang tertulis yang telah dibuat sebelumnya yang akan dijawab oleh responden, dan biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas.

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2017) Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Teknik observasi dilakukan dengan melihat langsung dilapangan, perilaku manusia dan proses kerja bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Kuesioner akan disebarakan kepada konsumen Toko Yucakwe Sambas. Kuesioner

ini dilakukan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban responden yang bersifat kualitatif dan kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*).

Berikut adalah tabel pengukuran aspek pengaruh skala tingkat (*likert*)

dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu – Ragu (R)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Teknik Analisa Data

Data yang diperoleh akan di uji ketepatan atau kecermatannya dan keandalannya agar hasil pengolahan data akurat. Oleh karena itu, perlu diketahui berapa tinggi validitas dan realibitas alat ukur yang digunakan. Untuk menguji ketepatan dan kehandalan kuesioner penulis akan melakukan *pretest* terhadap 30 responden diluar sampel penelitian.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*correlated item - total correlation*) dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid Ghozali (2015).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada dasarnya uji reliabilitas (*reliability*) menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,7$ (Junaidi 2021). Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk
2. *Cronbach's alpha* $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
3. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas selalu digunakan untuk mengetahui apakah distribusi variabel berkurva normal atau tidak .menurut Ghozali (2016) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada prinsipnya, normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data yang berbentuk titik pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan memiliki 2 yaitu :

1. Grafik Histogram

Output ini untuk menjelaskan tentang grafik data dan melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Pengukuran normalitas data jika berbentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung data akan berdistribusi normal.

2. Grafik *Normal Probability Plot*

Output ini menjelaskan grafik data dengan melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik mengikuti garis diagonal maka data akan dianggap berdistribusi normal. Uji statistik lain dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman pengambilan keputusan ini adalah:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka distribusi data normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka distribusi data tidak normal

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat kolerasi yang tinggi atau sempurna antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel. Jika korelasi tinggi antara variabel bebas, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu.

Ghozali (2016) menyatakan dengan tingkat signifikansi 90%, adanya multikolinearitas antar variabel independen dapat dideteksi dengan menggunakan matriks korelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Nilai $VIF < 10$ dan $tolerance > 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
2. Nilai $VIF > 10$ dan $tolerance < 0,1$ maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain konstan maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi dianggap baik jika residual satu pengamatan ke pengamatan lain yang konstan atau homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tiadanya heteroskedastisitas, dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tiadanya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Dasar analisis memiliki 2 pola sebagai berikut:

1. Jika memiliki pola tertentu, seperti titik-titik yang ada bentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak memiliki pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan yang digunakan analisis regresi berganda dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel ikat. Rumus Regresi Linear Berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + B_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= Keunggulan Bersaing (<i>dependent variabel</i>)
X ₁	= Modal Usaha (<i>independent variabel</i>)
X ₂	= Inovasi Produk (<i>independent variabel</i>)
a	= konstanta
b ₁	= koefisien variabel modal usaha
b ₂	= koefisien variabel inovasi produk
e	= Standar Error

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Statistik Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghozali (2016). Berikut dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel}

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, artinya modal usaha, inovasi produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, artinya modal usaha, inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.9.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen/variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen / terikat. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. $H_0 : b_1 b_2 = 0$, Artinya secara simultan modal usaha dan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Toko Yucakwe Sambas.
2. $H_a : b_1 b_2 \neq 0$, Artinya secara simultan modal usaha dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe Sambas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.10 Uji koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2016) menyatakan bahwa koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel yang independen dalam menjelaskan variabel dependen yang sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu maka artinya variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Toko Yucakwe Sambas

Toko Yucakwe merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang makanan. Toko ini berdiri sejak tahun 1993 dan berada di jalan Banjarmasin No. 15. cakwe dijual di toko atau di jajakan pedagang kaki lima di beberapa daerah. Cara penyajian di berbagai daerah pun beragam-ragam sajiannya. Di toko Yucakwe sambas pemilik toko menjual kue cakwe, kue cakwe jumbo, kue cakwe setengah matang, kue cakwe setengah matang jumbo, kue bohong, kue bohong jumbo dan kue pulut. Toko Yucakwe ini merupakan usaha milik Ibu Erika dan keluarganya. Toko Yucakwe awalnya hanya menjual Cakwe saja. Dengan seiringnya waktu dan banyak pesaing Toko Yucakwe menambah menu jualanya dengan menambah rasa ciri khasnya sendiri. Toko Yucakwe juga memiliki cabang, tetapi cabang tersebut tutup dikarenakan tidak ada yang bisa menjaga toko tersebut. Oleh karena itu, banyak pelanggan ke pasar sambas atau memesan dari grab. Toko Yucakwe memiliki langganan juga karena Toko bisa memesan melalui telepon pribadi juga.

4.1.2 Visi dan Misi Toko Yucakwe Sambas

4.1.2.1 Visi

Visi menjadikan waralaba Penyedia Toko Yucakwe terbaik di Indonesia

dan menyediakan, memenuhi kebutuhan pelanggan dalam bidang kuliner dengan memberikan pelayanan terbaik untuk semua masyarakat yang membeli.

4.1.2.2 Misi

1. memberikan kualitas yang terbaik
2. memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen
3. Menjaga kualitas produk
4. Berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan

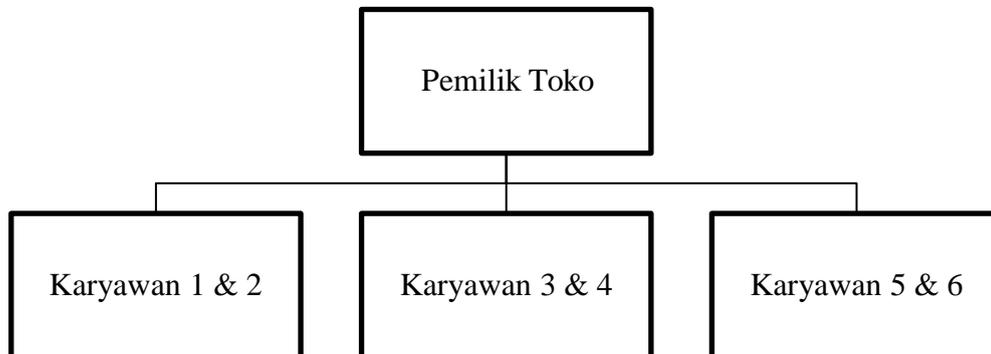
4.1.3 Struktur Organisasi Toko Yucakwe Sambas

Toko Yucakwe memiliki koordinasi yang jelas. Untuk mempermudah koordinasi dibutuhkan suatu struktur organisasi yang dapat dipahami setiap karyawan untuk krlancaran pelaksanaan kegiatan.

Adapun struktur organisasi pada Toko Yucakwe Sambas adalah struktur organisasi fungsional. Organisasi fungsional adalah bentuk organisasi dimana bawahan dapat perintah dari pimpinan dan masing-masing menguasai suatu keahlian tertentu serta bertanggung jawab atas bidangnya masing-masing. Untuk jelasnya berikut gambaran struktur organisasi Toko Yucakwe Sambas adalah :

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Toko Yucakwe Sambas



Berikut ini adalah tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan:

1. Pemilik toko
 - a. Sebagai pemilik tertinggi dan menjadi kasir pemilik toko harus dapat memberi pedoman kerja kepada bawahannya dan bertanggung jawab penuh terhadap kelangsungan tokonya.
 - b. Mengembangkan rencana jangka panjang untuk meningkatkan penjualan.
 - c. Mengangkat atau memberhentikan karyawan, memberikan gaji karyawan
 - d. Menentukan jumlah makanan yang akan diproduksi
2. Karyawan 1 & 2

Karyawan 1& 2 memiliki 2 orang dan ditugaskan untuk fokus pada pembuatan cakwe dan bertanggung jawab penuh dari proses pembuatan sampai penggorengan.

3. Karyawan 3 & 4

Karyawan 3 & 4 memiliki 2 orang ditugaskan untuk fokus pada pembuatan kue pulut dan bertanggung jawab penuh dari proses pembuatan sampai penggorengan.

4. Karyawan 5 & 6

karyawan 5 & 6 memiliki 2 orang ditugaskan untuk fokus pada pembuatan kue bohong dan bertanggung jawab penuh dari proses pembuatan sampai penggorengan.

4.1.4 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti mencakup karakteristik atau profil responden dari hasil pengolahan kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen dari toko yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, frekuensi pembelian dan nilai belanja. Deskripsi 100 konsumen sebagai responden penelitian dapat dilihat melalui uraian tabel berikut ini:

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan umur:

Tabel 4.1*Karakteristik Reponden Berdasarkan Umur*

Umur	Jumlah Responden	Presentase (%)
Kurang Dari 20 Tahun	23 orang	23%
20 s/d 40 Tahun	32 orang	32%
Lebih Dari 40 Tahun	45 orang	45%
Total	100 orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui responden konsumen berumur diatas 40 tahun yang lebih mendominasi, yaitu sebanyak 45 persen. Responden konsumen di bawah 20 tahun sebanyak 23 orang atau 23%. Responden 20 sampai 40 tahun adalah sebanyak 32 orang atau 32%. Dapat disimpulkan bahwa banyaknya responden konsumen yang berumur diatas 40 tahun karena rata-rata usia 40 tahun makan cakwe dengan bubur dan makan kue pulut atau kue bohong dengan kopi sebagai sarapan mereka. Responden konsumen terendah adalah dibawah 20 tahun dikarenakan usia seperti itu jarang membeli makanan ringan seperti cakwe, kue pulut, dan kue bohong.

4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan umur:

Tabel 4.2*Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pria	37 Orang	37%
Wanita	63 Orang	63%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas diketahui bahwa responden konsumen dengan jenis kelamin wanita lebih mendominasi, yaitu sebanyak 63 orang atau 63% dari jumlah seluruh responden. Sedangkan untuk konsumen dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 37% atau 37 orang dari seluruh responden. jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan yang lebih banyak disebabkan responden perempuan lebih banyak membeli makanan untuk keluarga atau ada acara kepentingan atau dimakan sendiri.

4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Resentase (%)
Kurang 5x Sebulan	48 Orang	48%
5 s/d 10x Sebulan	14 Orang	14%
Lebih Dari 10x Sebulan	38 Orang	38%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi pembelian kurang dari 5 kali sebulan yang paling mendominasi, yaitu sebanyak 48 orang atau 48% dari total responden. Responden dengan frekuensi pembelian lebih dari 10 kali sebulan adalah sebanyak 38 orang atau 38% dari total responden dan responden dengan pembelian 5 sampai 10 kali sebulan sebanyak 14 orang responden atau 14% dari total seluruh responden. Banyaknya responden yang melakukan pembelian kurang dari 5 kali sebulan menunjukkan bahwa Toko Yucakwe Sambas belum sesuai dengan selera masyarakat di pasaran.

4.1.4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Nilai Belanja

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan nilai belanja :

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Nilai Belanja

Nilai Belanja	Jumlah Responden	Presentase (%)
Kurang Dari Rp.10.000	36 Orang	36%
Rp. 10.000 s/d Rp. 50.000 Sebulan	25 Orang	25%
Lebih Dari Rp.50.000 sebulan	39 Orang	39%
Total	100 Orang	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa responden dengan frekuensi nilai belanja lebih dari Rp.50.000 sebulan yang paling mendominasi, yaitu sebanyak 39 orang jumlah responden atau 39% dari total responden. Responden dengan frekuensi nilai belanja kurang dari Rp. 10.000 memiliki 36 orang jumlah responden atau 36% dari total responden, dan responden dengan frekuensi paling kecil adalah nilai belanja Rp. 10.000 sampai Rp. 50.000 sebulan yaitu memiliki 25 orang atau 25% dari total responden.

4.1.5 Uji Validitas atau Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Kuesioner disebut sah atau valid jika pernyataan dalam survei dapat mengungkapkan sesuatu yang diteliti dalam penelitian. Hasil yang menunjukkan semakin tinggi validitas, maka semakin layak perangkat pengukuran dalam mengukur data. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya

suatu kuesioner. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*correlated item - total correlation*) dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid Ghozali (2015).

Uji validitas dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada konsumen sebanyak 30 responden, perhitungan nilai df adalah rumus $df = n - 2$, maka didapatkan nilai $df = 28$. Jika melihat kembali r_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk uji dua arah, maka didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} diperoleh dengan memasukkan masing-masing skor *item* dan skor total untuk diolah dengan SPSS 24, berikut hasil pengujian validitas dari setiap variabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Modal Usaha (X_1)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Saya tahu bahwa tempat penjualan Toko Yucakwe Sambas miliknya sendiri	0,779	0,361	Valid
2.	Saya tahu bahwa Toko Yucakwe meminjam uang untuk modal di bank	0,574	0,361	Valid
3.	Saya tahu bahwa Toko Yucakwe mendapat modal tambah dari keluarganya	0,414	0,361	Valid
4.	Saya tahu bahwa Toko Yucakwe memiliki langganan untuk membeli bahan baku kuenya	0,569	0,361	Valid
5.	Sekarang produk makanan Toko Yucakwe lebih berinovasi	0,618	0,361	Valid
6.	Toko Yucakwe memilih produk yang lebih premium	0,624	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari variabel Modal Usaha dengan nilai r_{hitung} terbesar adalah pada pernyataan pertama, yaitu sebesar 0,779. Sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan ketiga, yaitu sebesar 0,414. Pada tabel 4.5 juga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X_2)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Toko Yucakwe Sambas selalu mengikuti <i>trend</i> penjualan	0,874	0,361	Valid
2.	Produk yang ditawarkan Toko Yucakwe sambas saat ini sangat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen	0,701	0,361	Valid
3.	Toko Yucakwe Sambas selalu memiliki solusi baru untuk meningkatkan pelayanan	0,675	0,361	Valid
4.	Toko Yucakwe Sambas selalu menawarkan kemasan baru / memperbaiki kemasan	0,787	0,361	Valid
5.	Toko Yucakwe Sambas selalu menawarkan variasi pilihan produk yang baru	0,569	0,361	Valid
6.	Toko Yucakwe Sambas menjual produk yang bisa dimakan dengan makanan pendamping	0,811	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan pertama, yaitu 0,874. Sedangkan untuk nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan kelima, yaitu sebesar 0,569. Pada tabel 4.6 juga diketahui bahwa seluruh pernyataan tersebut memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan

syarat pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dapat dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan dalam kuesioner telah valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Keunggulan Bersaing (Y)

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Makanan Toko Yucakwe Sambas lebih bervariasi	0,819	0,361	Valid
2.	Makanan Toko Yucakwe Sambas memiliki ciri khas tersendiri	0,450	0,361	Valid
3.	Produk makanan Toko Yucakwe Sambas bisa bertahan lama	0,674	0,361	Valid
4.	Produk makanan Toko Yucakwe Sambas tidak gampang basi	0,527	0,361	Valid
5.	Harga produk Toko Yucakwe Sambas lebih murah dari pesaing	0,490	0,361	Valid
6.	Harga produk Toko Yucakwe Sambas sesuai dengan kualitas makanannya	0,511	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa hasil uji validitasi dengan nilai r_{hitung} terbesar dimiliki oleh pernyataan pertama, yaitu sebesar 0,819 sedangkan nilai r_{hitung} terkecil dimiliki oleh pernyataan kedua, yaitu sebesar 0,450. Pernyataan seluruh variabel Keunggulan Bersaing menunjukkan r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} , yaitu dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Hal ini sesuai dengan syarat dalam pengujian validitas, jika nilai r_{hitung} seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka dinyatakan seluruh pernyataan yang digunakan telah valid.

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan variabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk
2. *Cronbach's alpha* 0,6 – 0,79 = reliabilitas diterima
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik

Hasil uji reliabilitas modal usaha dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>N of Item</i>
Modal usaha (X_1)	0.620	6
Inovasi produk (X_2)	0.831	6
Keunggulan bersaing	0.616	6

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan pada tabel 4.8 di atas, maka dapat dinyatakan bahwa dari butir *item* untuk variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's alpha* berada diatas 0.6 sehingga reliabilitas variabel dapat dikategorikan diterima.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu

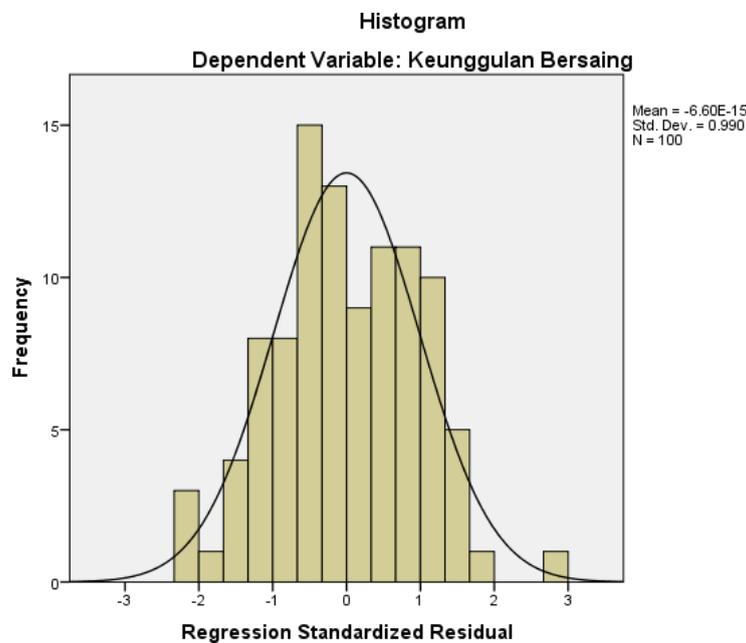
diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji statistik lain dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman pengambilan keputusan ini adalah:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka distribusi data normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka distribusi data tidak normal

Berikut ini uji normalitas melalui grafik Histogram dan grafik Normal P

Plot seperti pada Gambar 4.1 dan 4.2

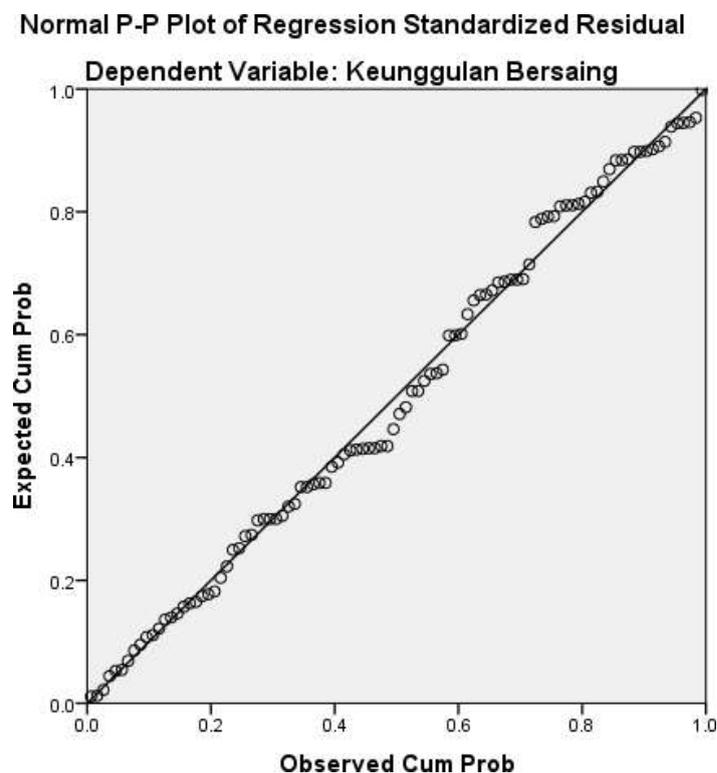
Gambar 4.2
Grafik Histogram



Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Dari gambar 4.2 menunjukkan pola distribusi normal karena Pengukuran normalitas data jika berbentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung data akan berdistribusi normal.

Gambar 4.3
Grafik Normal P-Plot



Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Dari gambar 4.3 menunjukkan bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal dan diketahui pada lampiran 10 bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *Tolerance* mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *Tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1/tolerance$, dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang digunakan adalah untuk nilai *tolerance* 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.9
Hasil pengujian multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Modal Usaha	0,900	1.111	Tidak terjadi multikolnealitas
Inovasi Produk	0,900	1.111	Tidak terjadi multikolnealitas

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

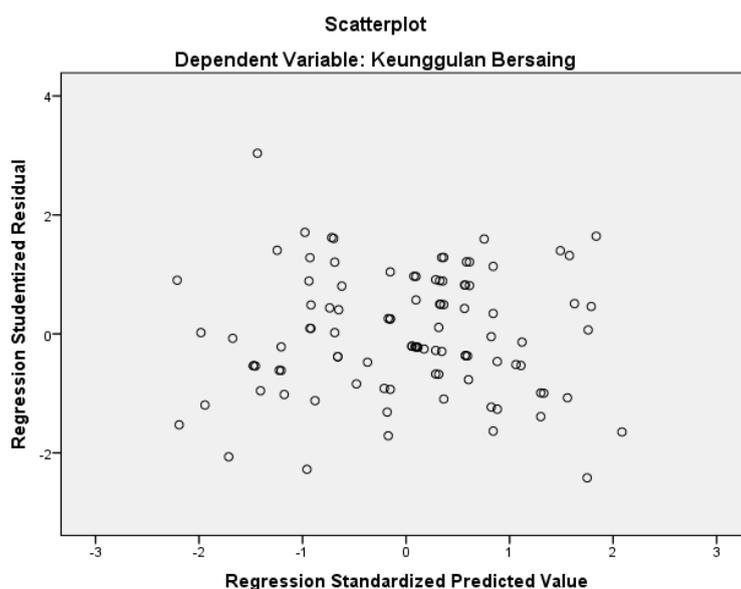
Dari Tabel 4.12 diketahui nilai *tolerance* yang diperoleh adalah 0,900 yang lebih dari 0,1 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,111 yang dibawah dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.4

Gambar 4.4

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplots)



Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi keunggulan bersaing berdasarkan modal usaha dan inovasi produk.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk dan modal usaha terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	Keunggulan Bersaing (<i>dependent variable</i>)
X ₁	=	Modal Usaha (<i>independent variable</i>)
X ₂	=	Inovasi Produk (<i>independent variable</i>)
a	=	konstanta
b ₁	=	koefisien untuk variabel Modal Usaha
b ₂	=	koefisien untuk variabel Inovasi Produk
e	=	persentase kesalahan

Tabel 4.10
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(constant)	16.550	.403
Modal Usaha	.008	.019
Inovasi Produk	.192	.017

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.10, diperoleh uji regresi linear berganda dengan persamaan regresinya adalah:

$$\text{Keunggulan Bersaing} = 16.550 + 0,008 \text{ Modal Usaha} + 0,192 \text{ Inovasi Produk} + e$$

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 16.550 artinya: jika variabel independen yaitu modal usaha dan inovasi produk sama dengan nol, maka nilai perubahan keunggulan bersaing yang dilihat dari nilai Y tetap sebesar 16.550.
2. Nilai modal usaha (b_1) sebesar 0,008 menunjukkan bahwa jika variabel Modal usaha mengalami peningkatan satu satuan, maka keunggulan bersaing juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,008 satuan dengan asumsi variabel independen dianggap nol.
3. Nilai inovasi produk (b_2) sebesar 0,192 menunjukkan bahwa jika variabel modal usaha mengalami peningkatan satu satuan, maka keunggulan bersaing juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,192 satuan dengan asumsi variabel independen lain dianggap nol.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan. Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel}

1. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, artinya modal usaha, inovasi produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.
2. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, artinya modal usaha, inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} serta nilai Sig dengan 0,05. Nilai t_{tabel} sebesar 1,98447 diperoleh dengan cara melihat $df = n - k = 100 - 2 = 98$ dan 0,05.

Tabel 4.11
Uji t (Uji Secara Parsial)

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Error Std.</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	
1 (Constant)	16.550	.402		41.097	.000
Modal usaha	.008	.019	.027	.405	.686
Inovasi produk	.192	.017	.765	11.302	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Dari Tabel 4.12 diketahui bahwa :

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa variabel modal usaha memiliki koefisien regresi sebesar 0.405 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti modal usaha memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas Medan. Nilai $t_{hitung} (0.405) < t_{tabel} (1,984)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 diterima, H_a ditolak sehingga modal usaha secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas. Nilai signifikansi variabel modal usaha sebesar 0,000 kurang dari 0,5. Hal ini dapat dikatakan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing Toko Yucakwe Sambas.

Berdasarkan hasil pengujian 4.12 di atas menunjukkan bahwa variabel inovasi produk memiliki koefisien regresi sebesar 11.302 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti inovasi produk memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas. Nilai $t_{hitung} (11.302) > t_{tabel} (1,984)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak H_a diterima sehingga inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas Medan. nilai signifikansi variabel inovasi produk sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.

4.1.8.2 Uji f (Uji Secara Simultan)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} dengan tingkat α sebesar 5%. Nilai F_{tabel} sebesar 2,31 yang diperoleh dengan $df1 = 2$ dan $df2 = n - k$ (jumlah variabel independent) - 1 = $100 - 2 - 1 = 97$.

Tabel 4.12
Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regression	72.687	.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.12, hasilnya dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar $72.687 > F_{tabel}$ sebesar 2,31 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang artinya variabel modal usaha dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing di Toko Yucakwe Sambas.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari *R Square*. Berikut hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
Regression	0,774	0,600	0,592	0,63802

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, nilai digunakan untuk melihat koefisien determinasi adalah nilai *R Square* sebesar 0,600 artinya 60% variabel keunggulan bersaing hanya dapat dijelaskan variabel modal usaha dan inovasi produk dan sisanya sebesar 40%.

4.10 Kontribusi Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel modal usaha dan inovasi produk memiliki nilai yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain uji R square, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing-masing dari variabel modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Berikut pengujiannya

Tabel 4.14
Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Variables Entered/Removed^a			
<i>Model</i>	<i>Variables Entered</i>	<i>Variables Removed</i>	<i>Method</i>
1	Inovasi Produk (X2)		Stepwise (Criteria:Probability-of-F-to-enter<=0.050, Probability-of-F-to-remove>=.100).
2	Modal Usaha (X1)		Stepwise (Criteria:Probability-of-F-to-enter<=0.050, Probability-of-F-to-remove>=.100).

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Dari hasil pengujian tersebut, diketahui bahwa variabel inovasi produk memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap keunggulan bersaing karena posisinya yang berada di urutan paling atas setelah variabel modal usaha. Selanjutnya, perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing – masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Untuk mengetahui kontribusi masing – masing variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya.

Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.15
Nilai Koefisien Korelasi

		Correlations		
		Modal Usaha	Inovasi Produk	Keunggulan Bersaing
Modal Usaha	Pearson Correlation	1	.317**	.270**
	Sig. (2-tailed)		.001	.007
	N	100	100	100
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.317**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	100	100	100
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.270**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil tersebut, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

Kontribusi variabel X – Koefisien Standardized x Koefisien Korelasi

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari modal usaha dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing:

1. Kontribusi modal usaha = $0,027 \times 0,270 = 0,00729$
2. Kontribusi inovasi produk = $0,765 \times 0,774 = 0,59211$
3. Kontribusi secara simultan = $0,00729 + 0,59211 = 0,5994$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi modal usaha terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,00729, ini artinya secara parsial modal usaha mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 07,2%.
2. Besarnya kontribusi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,59211, ini artinya secara parsial inovasi produk mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 59,2%.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0,5994, ini artinya modal usaha dan inovasi produk secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 59,9% dibulatkan menjadi 60%. Hasil ini selaras dengan R square pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing

Modal usaha memiliki koefisien regresi sebesar 0,405 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Nilai $t_{hitung} (0,405) < t_{tabel} (1,984)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 diterima, H_a ditolak sehingga modal usaha secara parsial tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas. Nilai signifikansi variabel modal usaha sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, modal usaha tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara parsial variabel modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan modal usaha yang tinggi akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang tinggi juga. Sebaliknya, modal usaha yang rendah maka akan diikuti dengan keunggulan bersaing yang rendah.

Hasil penelitian Fahmi Muhammad Irfa, Suharto,hanif (2023) dengan judul penelitian “ Pengaruh Modal Usaha dan Product Inovation terhadap Eksistensi UMKM dengan digital Marketing sebagai variabel Moderating dalam Perspektif Ekonomi Islam” yang membuktikan bahwa modal usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Pemilihan modal usaha merupakan bagian yang menentukan kesuksesan untuk kegiatan usaha karena untuk membuka suatu usaha diperlukan modal usaha sehingga setiap pebisnis memerlukan modal usaha terlebih dahulu.

4.2.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Inovasi produk memiliki koefisien regresi sebesar 11.302 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Nilai t_{hitung} (11.302) > t_{tabel} (1,984). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, H_a diterima sehingga inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas. Nilai signifikansi variabel inovasi produk sebesar 0,001 kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Anik Rachmatullma'iyah (2017) dengan judul penelitian "Pengaruh Inovasi Produk, Kinerja Pemasaran dan Orientasi pasar terhadap Keunggulan Bersaing (studi pada toko roti Kabupaten Gresik)". Yang membuktikan bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Inovasi sangat penting dalam dunia kuliner, karena banyak yang jual produk yang sama dan dengan harga yang bersaing. Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan maka diperlukan inovasi produk untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan kelangsungan bisnis.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh modal usaha (X_1) dan inovasi produk (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y) ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa variabel modal usaha dan inovasi produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing.
2. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), hasil penelitian menunjukkan modal usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas. Berarti hipotesis pertama ditolak.
3. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), hasil penelitian membuktikan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Toko Yucakwe Sambas. Berarti hipotesis kedua diterima.

5.2 Saran Akademis

Saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah:

1. Menambah variabel penelitian bagi peneliti selanjutnya yang ingin diteliti atau atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan

penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keunggulan bersaing.

2. Menambah jumlah Responden Sehubungan dengan keterbatasan jumlah responden dikarenakan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 100 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka implikasi manajerial dalam penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Toko Yucakwe harus meningkatkan modal usaha:
 - a. Diharapkan untuk pemilik agar meningkatkan modal usaha karena usaha membutuhkan biaya yang lumayan besar untuk membeli bahan baku yang sudah naik.
 - b. Fokus pada peningkatan modal usaha, pemilik perlu mempertimbangkan strategi untuk meningkatkan modal usaha Toko Yucakwe Sambas. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menambah harga kue tersebut.
2. Toko Yucakwe Sambas harus mempertahankan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, seperti
 - a. mempertahankan pembahan varian menu karena produk yang ditawarkan telah mengikuti trend usaha saat ini Pelanggan akan lebih

tertarik apabila terdapat menu baru di setiap jangka waktu tertentu sehingga Toko Yucalwe Sambas disarankan agar dapat terus menginovasikan produk dengan ciri khas tersendiri.

- b. Mengembangkan kekurangan dari produk baru dengan cara memperbaiki visual/tampilan, warna ataupun rasa pada produk tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Arabiyat, A.-K. A., & Hasoneh, Dr. A. I. (2019). The Impact of Intellectual Capital on Competitive Advantage at Jordanian Commercial Banks. *Sumerianz Journal of Economics and Finance*, 2(12).
- Ayodya, W. (2010). *Cara Jitu Hitung Modal Usaha*. Elex Media Komputindo.
- Dalimunthe, M. B. (2017). KEUNGGULAN BERSAING MELALUI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen MEI*, 3(1), 18–31.
- Day, G. S., & Wensley, R. (1988). Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*, 52(2), 1–20. <https://doi.org/10.1177/002224298805200201>
- Devi, R. (2021). PENGARUH MODAL USAHA DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENDAPATAN USAHA KECIL (MIKRO) DI KAWASAN M. SAID SAMARINDA. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 36. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4768>
- Fadhli, K., Komari, M., Rahmatika, A. N., & Ismail, A. N. (2021). PENGARUH PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN CV. AFKO GROUP JOMBANG. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3).
- Fatmawati, R. A., Pradhanawati, A., & Ngatno. (2016). PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 5(3), 351–362.
- Feranika, A., Meisak, D., Boroek, M. R., & Hanum, M. (2023). Pemanfaatan Teknologi Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *WAHANA: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 26(2).
- Gemina, D., . S., & Kusuma, I. C. (2013). KEUNGGULAN BERSAING KOPERASI BERKAITAN DENGAN PENERAPAN INTELLECTUAL CAPITAL, MANAJEMEN KEANGGOTAAN DAN PARTISIPASI ANGGOTA. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(2). <https://doi.org/10.9744/jmk.15.2.191-204>
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harjadi, D., Fatmasari, D., & Nurhasanah, A. S. (2020). Market Orientation And Product Innovation To Increase Competitive Advantages And Its Impact On Marketing Performance. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 12(1), 12. <https://doi.org/10.24235/amwal.v1i1.5457>
- Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, & Elisabeth Nainggolan. (2023). Analisis Kuantitatif Minat Dan Motivasi Mahasiswa Menggunakan Aplikasi E-Commerce Dan Media Sosial Dalam Menjalankan Usaha Sampingan. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 20–27. <https://doi.org/10.59435/gjmi.v1i2.7>
- Irfan, F. M., Suharto, & Hanif. (2023). Pengaruh Modal Usaha dan Product Innovation Terhadap Eksistensi UMKM dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1).
- Kotler, P., & Armstrong. (2003). *Manajemen Pemasaran* (9th ed.). PT Indeks Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Erlangga.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.

- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies*, 7 (1), 66-78.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Rezeki, S. (2024). Pengaruh Promosi Penjualan dan Persediaan Terhadap Volume Penjualan Pada PT Kingled Indonesia. *Senashtek 2024*, 2(1), 351-358.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Siagian, F. V., & Rinaldi, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Metode RGEC Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Akuntansi*, 6(1), 73-87.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.

- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.

Lampiran 1 **Kuesioner Penelitian**

Bersama lampiran ini kami sampaikan permohonan Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi survey dari penelitian kami, yang merupakan mahasiswa aktif semester 7 dengan judul penelitian “**Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Yucakwe Sambas**”. Atas ketersediaanya kami ucapkan terimakasih:

PENGARUH MODAL USAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING TOKO YUCAKWE SAMBAS

Identitas Responden

1. Nama Responden : _____
2. Umur : [] < 20 tahun
[] 20 – 40 tahun
[] > 40 tahun
3. Jenis Kelamin : [] Pria
[] Wanita
4. Frekuensi Pembelian : [] < 5x sebulan
[] 5 – 10x sebulan
[] > 10x sebulan
5. Nilai Belanja : [] < 10.000 sebulan
[] 10.000 – 50.000 sebulan
[] > 50.000 sebulan

Silahkan jawab pertanyaan berikut ini dengan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda. Anda harus menandai jawaban yang Anda pilih dengan membubuhkan tanda silang (X) pada kolom yang disediakan. Berikut petunjuknya :

Keterangan	Skor Nilai
SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
RR = Ragu-Ragu	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

KUESIONER

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Keunggulan Bersaing (Y)						
Indikator: Keunikan Produk						
1	Makanan Toko Yucakwe Sambas lebih bervariasi					
2	Makanan Toko Yucakwe Sambas memiliki ciri khas tersendiri					
Indikator: Kualitas Produk						
1	Produk makanan Toko Yucakwe Sambas bisa bertahan lama					
2	Produk makanan Toko Yucakwe Sambas tidak gampang basi					
Indikator: Harga yang bersaing						
1	Harga produk Toko Yucakwe Sambas lebih murah dari pesaing					
2	Harga produk Toko Yucakwe Sambas sesuai dengan kualitas makanannya					
Modal Usaha (X₁)						
Indikator: Struktur Permodalan						
1	Saya tahu bahwa tempat penjualan Toko Yucakwe Sambas miliknya sendiri					
2	Saya tahu bahwa toko Yucakwe meminjam uang untuk modal di Bank					
Indikator: Pemanfaatan modal tambah.						
1	Saya tahu bahwa Toko Yucakwe mendapat modal tambah dari keluarganya.					
2	Saya tahu bahwa Toko Yucakwe memiliki langganan untuk membeli bahan baku kuenya.					
Indikator: Keadaan usaha setelah menambahkan modal						
1.	Sekarang produk makanan Toko Yucakwe lebih berinovasi					
2.	Toko Yucakwe memilih produk yang lebih premium					
Inovasi Produk (X₂)						
Indikator: Kultur Inovasi Produk						
1.	Toko Yucakwe Sambas selalu mengikuti <i>trend</i> penjualan					
2.	Produk yang ditawarkan Toko Yucakwe Sambas saat ini sangat					

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
	sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen					
Indikator: Inovasi Teknis						
1	Toko Yucakwe Sambas selalu memiliki solusi baru untuk meningkatkan pelayanan					
2	Toko Yucakwe Sambas selalu menawarkan kemasan baru / memperbaiki kemasan					
Indikator: Inovasi Produk						
1	Toko Yucakwe Sambas selalu menawarkan variasi pilihan produk yang baru					
2	Toko Yucakwe Sambas menjual produk yang bisa dimakan dengan makanan pendamping					

Terima Kasih

Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

No Responden	Modal Usaha						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	4	3	5	4	23
2	4	5	3	4	2	4	22
3	2	1	4	1	2	2	12
3	4	1	5	4	2	5	21
4	3	2	4	3	4	3	19
5	1	3	2	2	1	4	13
6	4	3	2	4	1	4	18
7	3	3	3	3	4	3	19
8	4	2	4	5	2	4	21
9	2	1	3	3	1	1	11
10	4	3	2	1	3	4	17
11	4	1	3	1	4	3	16
12	4	3	5	5	4	4	25
13	4	4	3	3	4	2	20
14	1	2	4	2	1	2	12
15	5	3	2	2	4	5	21
16	4	3	2	1	4	4	18
17	2	1	3	2	2	1	11
18	4	3	1	1	4	4	17
19	4	4	2	4	3	4	21
20	4	3	4	4	4	4	23
21	2	1	5	3	2	2	15
22	3	3	1	3	4	1	15
23	4	4	5	4	3	4	24
24	4	3	1	3	4	4	19
25	4	3	5	3	5	4	24
26	4	4	5	5	5	2	25
27	3	3	2	4	3	1	16
28	3	3	2	3	2	1	14
29	2	3	2	4	3	2	16
30	4	3	4	3	5	4	23

No Responden	Inovasi Produk						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	3	4	4	3	21
2	4	3	1	4	5	4	21
3	5	4	4	5	5	4	27
3	5	4	3	5	4	2	23
4	4	2	3	4	5	4	22
5	5	4	4	5	4	5	27
6	5	4	3	5	4	5	26
7	4	5	3	4	2	4	22
8	5	4	2	2	4	4	21
9	4	4	5	4	4	5	26
10	4	5	3	5	3	5	25
11	5	5	3	5	5	4	27
12	5	4	3	4	5	5	26
13	5	5	3	5	4	4	26
14	4	4	3	4	3	5	23
15	4	5	4	5	4	5	27
16	4	4	4	3	2	4	21
17	2	4	2	3	3	1	15
18	3	1	3	2	4	1	14
19	4	1	3	4	4	4	20
20	4	4	3	3	4	4	22
21	4	4	3	3	4	3	21
22	4	3	3	3	3	3	19
23	3	3	2	3	3	4	18
24	3	4	3	4	2	3	19
25	2	3	1	5	3	3	17
26	5	5	2	5	2	4	23
27	2	2	1	2	3	2	12
28	2	2	1	2	2	2	11
29	2	2	2	2	1	2	11
30	4	3	3	4	4	3	21

No Responden	Keunggulan Bersaing						
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	Total
1	3	4	1	2	3	4	17
2	4	5	3	3	5	4	24
3	5	3	3	4	3	5	23
3	4	1	5	2	4	5	21
4	5	2	5	3	3	4	22
5	4	3	3	2	4	3	19
6	1	2	4	3	2	1	13
7	5	5	5	2	5	4	26
8	5	3	3	2	5	5	23
9	5	5	5	5	1	3	24
10	1	3	3	2	1	1	11
11	3	5	4	4	3	4	23
12	3	3	3	3	3	3	18
13	4	4	1	3	2	5	19
14	3	4	3	5	1	5	21
15	3	5	3	2	3	4	20
16	3	3	3	2	3	5	19
17	1	4	1	1	2	1	10
18	2	3	4	5	1	3	18
19	1	2	1	3	2	1	10
20	4	4	4	5	3	4	24
21	1	3	1	2	5	2	14
22	1	4	5	4	4	5	23
23	1	3	1	2	3	5	15
24	5	3	4	3	5	1	21
25	1	2	2	3	1	5	14
26	4	5	5	4	5	3	26
27	4	2	3	4	4	5	22
28	1	2	3	1	2	5	14
29	5	3	4	5	3	5	25
30	3	4	1	2	3	4	17

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Modal Usaha (X₁)

		Correlations						
		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X1TOTAL
X11	Pearson Correlation	1	.445*	.000	.218	.595**	.609**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.014	1.000	.248	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.445*	1	-.225	.345	.353	.270	.574**
	Sig. (2-tailed)	.014		.232	.062	.055	.150	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.000	-.225	1	.381*	.058	.097	.414*
	Sig. (2-tailed)	1.000	.232		.038	.761	.608	.023
	N	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.218	.345	.381*	1	.022	.044	.569**
	Sig. (2-tailed)	.248	.062	.038		.907	.819	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.595**	.353	.058	.022	1	.211	.618**
	Sig. (2-tailed)	.001	.055	.761	.907		.264	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.609**	.270	.097	.044	.211	1	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.150	.608	.819	.264		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inovasi produk	Pearson Correlation	.779**	.574**	.414*	.569**	.618**	.624**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.023	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Modal Usaha (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	6

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Inovasi Produk (X₂)

		Correlations						
		X21	X22	X23	X24	X25	X26	X2TOTAL
X21	Pearson Correlation	1	.547**	.548**	.580**	.554**	.650**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.002	.002	.001	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.547**	1	.365*	.578**	.041	.516**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.002		.048	.001	.828	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.548**	.365*	1	.376*	.281	.482**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.002	.048		.041	.133	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.580**	.578**	.376*	1	.351	.570**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.041		.057	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	.554**	.041	.281	.351	1	.323	.569**
	Sig. (2-tailed)	.001	.828	.133	.057		.082	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X26	Pearson Correlation	.650**	.516**	.482**	.570**	.323	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.007	.001	.082		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.874**	.701**	.675**	.787**	.569**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Inovasi Produk(X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	6

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keunggulan Bersaing (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.240	.475**	.323	.420*	.308	.819**
	Sig. (2-tailed)		.201	.008	.082	.021	.098	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.240	1	.120	.218	.151	.007	.450*
	Sig. (2-tailed)	.201		.529	.246	.425	.971	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.475**	.120	1	.432*	.202	.114	.674**
	Sig. (2-tailed)	.008	.529		.017	.284	.547	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.323	.218	.432*	1	-.210	.161	.527**
	Sig. (2-tailed)	.082	.246	.017		.265	.397	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.420*	.151	.202	-.210	1	.093	.490**
	Sig. (2-tailed)	.021	.425	.284	.265		.627	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.308	.007	.114	.161	.093	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	.098	.971	.547	.397	.627		.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
YTOTAL	Pearson Correlation	.819**	.450*	.674**	.527**	.490**	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.000	.003	.006	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keunggulan Bersaing (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.616	6

Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden

No Responden	Modal Usaha						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	4	3	5	4	23
2	4	5	3	4	2	4	22
3	2	1	4	1	2	2	12
4	4	1	5	4	2	5	21
5	3	2	4	3	4	3	19
6	1	3	2	2	1	4	13
7	4	3	2	4	1	4	18
8	3	3	3	3	4	3	19
9	4	2	4	5	2	4	21
10	2	1	3	3	1	1	11
11	4	3	2	1	3	4	17
12	4	1	3	1	4	3	16
13	4	3	5	5	4	4	25
14	4	4	3	3	4	2	20
15	1	2	4	2	1	2	12
16	5	3	2	2	4	5	21
17	4	3	2	1	4	4	18
18	2	1	3	2	2	1	11
19	4	3	1	1	4	4	17
20	4	4	2	4	3	4	21
21	4	3	4	4	4	4	23
22	2	1	5	3	2	2	15
23	3	3	1	3	4	1	15
24	4	4	5	4	3	4	24
25	4	3	1	3	4	4	19
26	4	3	5	3	5	4	24
27	4	4	5	5	5	2	25
28	3	3	2	4	3	1	16
29	3	3	2	3	2	1	14
30	2	3	2	4	3	2	16
31	2	3	2	2	2	4	15
32	2	3	3	2	3	2	15
33	2	3	2	2	2	3	14
34	2	3	2	2	2	2	13
35	4	3	2	5	4	2	20
36	1	2	3	4	3	2	15
37	2	3	2	2	2	2	13
38	3	2	2	1	2	2	12
39	4	2	2	3	2	2	15
40	1	2	3	2	3	2	13
41	5	3	2	4	2	2	18

No Responden	Modal Usaha						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
42	2	2	2	3	2	3	14
43	2	3	2	4	2	4	17
44	3	2	4	3	4	1	17
45	3	2	4	3	3	4	19
46	3	3	4	4	4	2	20
47	4	3	4	3	4	3	21
48	3	2	4	2	3	2	16
49	5	3	3	5	4	3	23
50	3	2	2	4	2	2	15
51	5	3	2	4	2	4	20
52	4	3	4	2	4	4	21
53	2	4	3	4	3	2	18
54	4	3	4	3	5	2	21
55	3	3	4	5	2	4	21
56	3	3	2	3	5	2	18
57	3	3	3	4	4	4	21
58	4	3	3	4	3	4	21
59	4	4	3	4	3	4	22
60	3	3	3	5	5	4	23
61	4	4	3	1	4	4	20
62	5	2	2	3	2	5	19
63	3	4	3	3	3	4	20
64	3	3	2	3	4	3	18
65	3	3	5	3	3	4	21
66	3	3	2	3	3	3	17
67	4	3	2	3	3	3	18
68	3	3	4	3	2	3	18
69	3	3	2	3	4	4	19
70	3	4	4	3	2	4	20
71	4	5	2	2	4	4	21
72	3	4	5	4	3	4	23
73	2	3	2	3	4	3	17
74	3	3	3	3	4	3	19
75	3	4	3	3	3	3	19
76	5	4	3	4	4	4	24
77	4	2	4	3	3	3	19
78	3	4	4	3	3	3	20
79	3	3	2	3	4	4	19
80	3	5	4	2	5	4	23
81	3	2	2	3	3	4	17
82	5	3	5	3	2	3	21
83	5	4	5	5	5	5	29
84	4	4	5	2	3	5	23

No Responden	Modal Usaha						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
85	4	4	4	3	3	5	23
86	2	4	3	3	2	4	18
87	4	3	4	4	3	3	21
88	5	4	4	3	5	4	25
89	3	3	4	3	3	3	19
90	5	4	2	3	4	4	22
91	3	4	2	4	4	4	21
92	4	3	3	2	5	4	21
93	4	4	2	4	2	2	18
94	2	3	2	2	3	3	15
95	2	2	1	2	3	2	12
96	2	4	2	4	3	2	17
97	5	3	2	3	4	2	19
98	3	2	1	2	3	2	13
99	2	2	2	2	3	2	13
100	3	2	2	2	4	5	18
Total	328	297	296	305	317	315	1.858

No Responden	Inovasi Produk						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	3	4	4	3	21
2	4	3	1	4	5	4	21
3	5	4	4	5	5	4	27
4	5	4	3	5	4	2	23
5	4	2	3	4	5	4	22
6	5	4	4	5	4	5	27
7	5	4	3	5	4	5	26
8	4	5	3	4	2	4	22
9	5	4	2	2	4	4	21
10	4	4	5	4	4	5	26
11	4	5	3	5	3	5	25
12	5	5	3	5	5	4	27
13	5	4	3	4	5	5	26
14	5	5	3	5	4	4	26
15	4	4	3	4	3	5	23
16	4	5	4	5	4	5	27
17	4	4	4	3	2	4	21
18	2	4	2	3	3	1	15
19	3	1	3	2	4	1	14
20	4	1	3	4	4	4	20
21	4	4	3	3	4	4	22
22	4	4	3	3	4	3	21
23	4	3	3	3	3	3	19
24	3	3	2	3	3	4	18
25	3	4	3	4	2	3	19
26	2	3	1	5	3	3	17
27	5	5	2	5	2	4	23
28	2	2	1	2	3	2	12
29	2	2	1	2	2	2	11
30	2	2	2	2	1	2	11
31	2	2	4	2	2	2	14
32	2	3	2	3	2	3	15
33	2	2	3	2	2	2	13
34	2	2	1	4	3	2	14
35	4	2	1	2	3	2	14
36	3	3	2	3	2	3	16
37	2	2	4	2	2	2	14
38	2	2	2	2	2	2	12
39	3	5	2	1	2	2	15
40	3	1	2	4	2	3	15
41	2	2	2	2	3	2	13
42	3	4	3	1	4	2	17
43	1	2	4	5	3	2	17

No Responden	Inovasi Produk						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
44	3	4	1	1	3	4	16
45	3	4	3	3	2	4	19
46	3	5	3	3	3	4	21
47	3	3	3	3	3	4	19
48	3	3	1	2	4	4	17
49	5	3	2	4	3	4	21
50	2	4	4	3	4	4	21
51	5	4	1	4	3	5	22
52	4	3	2	1	4	3	17
53	4	5	1	2	5	5	22
54	5	3	4	3	2	3	20
55	2	4	5	3	3	3	20
56	5	4	1	4	3	4	21
57	5	2	1	5	2	4	19
58	5	5	4	5	5	4	28
59	4	3	4	3	4	4	22
60	2	3	4	2	4	1	16
61	4	3	3	4	3	3	20
62	3	1	3	2	3	4	16
63	4	5	3	3	1	1	17
64	4	3	2	1	4	1	15
65	4	3	3	3	2	4	19
66	3	4	3	4	2	1	17
67	4	3	3	2	2	2	16
68	3	2	4	3	2	2	16
69	3	3	2	4	2	2	16
70	4	3	4	3	1	2	17
71	5	4	4	3	3	4	23
72	5	4	3	3	5	4	24
73	4	2	3	4	3	4	20
74	3	4	3	3	5	5	23
75	4	3	4	4	5	3	23
76	4	5	3	4	3	5	24
77	3	4	4	3	4	3	21
78	3	5	5	4	5	3	25
79	3	5	2	4	3	3	20
80	3	4	1	5	3	4	20
81	4	4	3	1	4	4	20
82	3	2	3	4	3	4	19
83	4	3	4	2	4	3	20
84	3	4	3	5	3	3	21
85	4	4	3	4	3	4	22
86	3	4	2	4	4	5	22

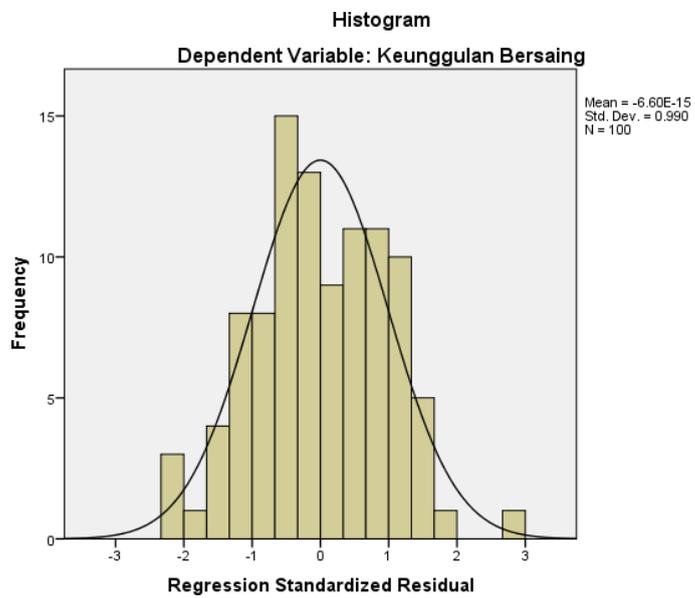
No Responden	Inovasi Produk						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
87	4	5	2	3	3	4	21
88	4	3	4	5	3	4	23
89	4	3	3	4	3	4	21
90	4	5	1	3	3	4	20
91	3	5	2	3	4	5	22
92	5	4	3	3	4	4	23
93	3	3	2	3	4	4	19
94	4	3	3	5	3	3	21
95	3	3	3	4	1	3	17
96	4	4	4	5	3	5	25
97	3	3	4	4	4	4	22
98	4	1	3	3	4	3	18
99	2	3	2	4	1	4	16
100	4	2	5	5	3	5	24
Total	355	339	280	338	319	340	1.971

No Responden	Keunggulan Bersaing						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	3	4	1	2	3	4	17
2	4	5	3	3	5	4	24
3	5	3	3	4	3	5	23
4	4	1	5	2	4	5	21
5	5	2	5	3	3	4	22
6	4	3	3	2	4	3	19
7	1	2	4	3	2	1	13
8	5	5	5	2	5	4	26
9	5	3	3	2	5	5	23
10	5	5	5	5	1	3	24
11	1	3	3	2	1	1	11
12	3	5	4	4	3	4	23
13	3	3	3	3	3	3	18
14	4	4	1	3	2	5	19
15	3	4	3	5	1	5	21
16	3	5	3	2	3	4	20
17	3	3	3	2	3	5	19
18	1	4	1	1	2	1	10
19	2	3	4	5	1	3	18
20	1	2	1	3	2	1	10
21	4	4	4	5	3	4	24
22	1	3	1	2	5	2	14
23	1	4	5	4	4	5	23
24	1	3	1	2	3	5	15
25	5	3	4	3	5	1	21
26	1	2	2	3	1	5	14
27	4	5	5	4	5	3	26
28	4	2	3	4	4	5	22
29	1	2	3	1	2	5	14
30	5	3	4	5	3	5	25
31	3	3	3	3	4	2	18
32	4	3	4	3	2	2	18
33	3	2	2	3	2	2	14
34	3	2	3	3	4	3	18
35	3	2	4	3	3	2	17
36	3	2	2	2	2	3	14
37	4	3	3	3	2	3	18
38	3	4	3	3	4	2	19
39	4	5	2	2	3	3	19
40	2	3	3	4	3	3	18
41	4	2	3	4	4	2	19
42	4	4	5	4	3	4	24
43	3	4	5	4	4	3	23

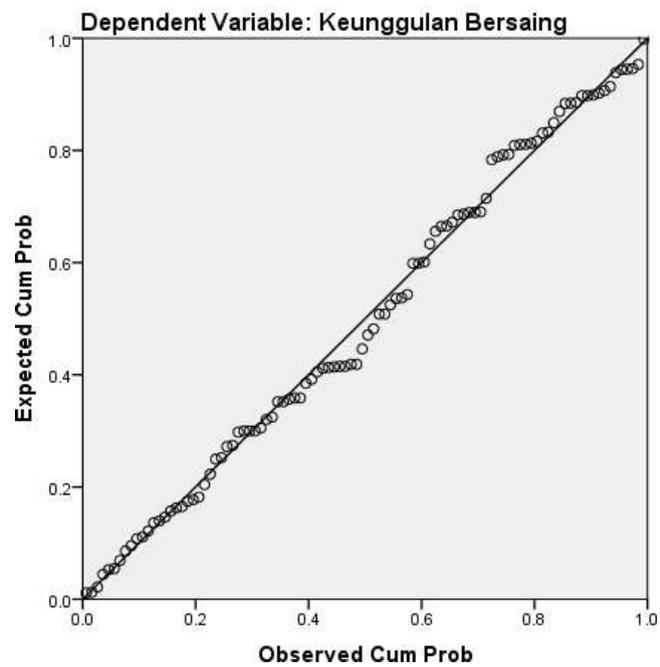
No Responden	Keunggulan Bersaing						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
44	3	3	4	5	4	3	22
45	4	3	2	1	2	4	16
46	3	3	3	5	4	4	22
47	3	3	4	4	4	3	21
48	4	4	5	4	3	4	24
49	4	2	5	5	5	3	24
50	3	4	4	5	2	5	23
51	3	4	4	4	4	5	24
52	4	2	4	4	3	4	21
53	4	3	3	5	4	3	22
54	4	4	4	3	4	4	23
55	4	2	4	3	5	2	20
56	4	3	3	4	3	4	21
57	2	3	4	3	4	2	18
58	2	3	3	3	4	3	18
59	3	2	4	2	4	4	19
60	3	3	4	2	3	2	17
61	3	2	4	4	3	4	20
62	4	4	4	2	3	3	20
63	3	2	3	4	4	3	19
64	3	2	3	2	3	4	17
65	4	5	3	3	5	3	23
66	3	4	4	3	2	4	20
67	4	2	3	4	4	3	20
68	4	3	5	4	4	3	23
69	4	3	4	3	4	3	21
70	4	2	3	3	3	4	19
71	4	5	4	3	5	3	24
72	2	3	3	4	4	4	20
73	3	4	3	3	3	4	20
74	3	2	3	4	4	5	21
75	4	2	3	4	3	2	18
76	3	3	4	4	4	3	21
77	2	3	5	3	5	4	22
78	2	3	4	3	4	3	19
79	4	4	4	3	5	3	23
80	3	4	3	3	2	5	20
81	4	4	3	4	3	2	20
82	4	3	3	4	3	4	21
83	3	3	3	3	4	4	20
84	4	5	4	3	3	3	22
85	4	3	4	5	3	4	23
86	4	3	4	4	4	4	23

No Responden	Keunggulan Bersaing						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
87	3	4	3	3	2	5	20
88	4	3	3	3	3	4	20
89	4	5	4	3	3	4	23
90	4	3	4	3	4	2	20
91	2	3	3	5	4	3	20
92	3	3	5	3	4	4	22
93	3	2	2	3	3	4	17
94	3	4	3	4	3	2	19
95	3	3	4	4	4	3	21
96	4	3	3	3	3	3	19
97	3	2	4	4	4	3	20
98	3	3	4	3	2	3	18
99	4	3	5	4	4	4	24
100	4	4	4	3	3	2	20
Total	328	318	345	331	333	340	1.995

Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Npar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.63154723
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.066
Test Statistic		.072
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.

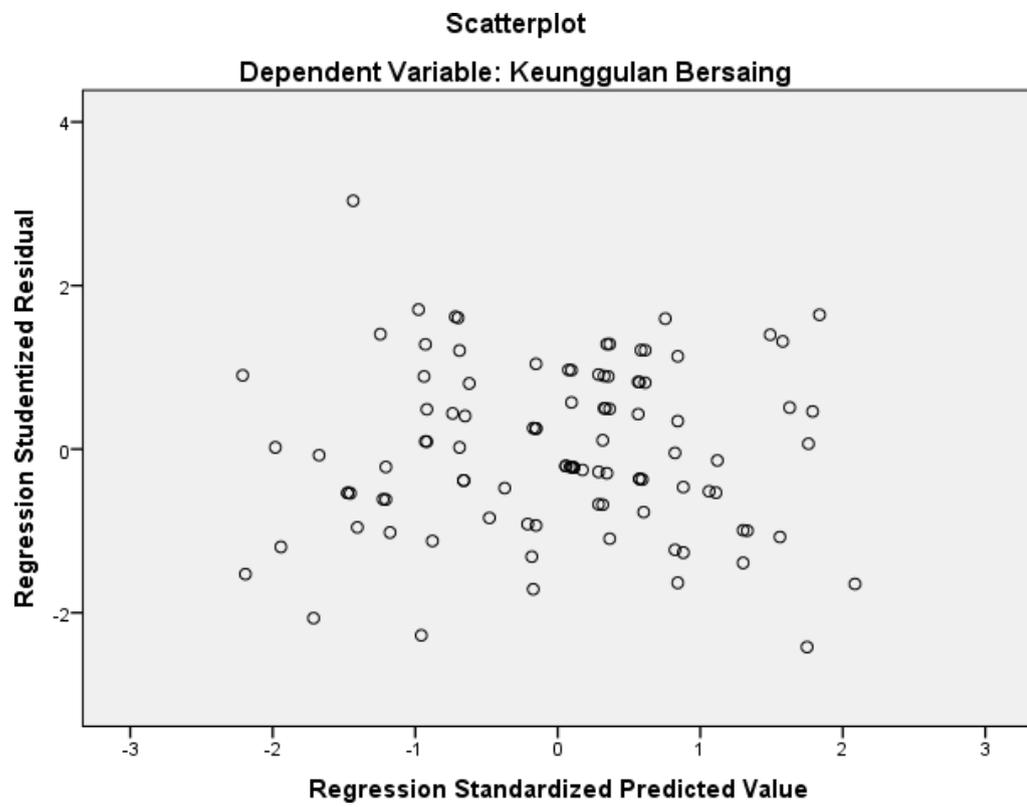
Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Modal	.900	1.111
	Usaha		
	Inovasi	.900	1.111
	Produk		

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

**Lampiran 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Charts**



Lampiran 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.550	.403		41.097	.000
	Modal Usaha	.008	.019	.027	.405	.686
	Inovasi Produk	.192	.017	.765	11.302	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 14 Hasil Pengujian Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.550	.403		41.097	.000
	Modal Usaha	.008	.019	.027	.405	.686
	Inovasi Produk	.192	.017	.765	11.302	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.179	2	29.589	72.687	.000 ^b
	Residual	39.486	97	.407		
	Total	98.665	99			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Modal Usaha

Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 ^a	.600	.592	.63802

a. Predictors: (Constant), Inovai Produk, Modal Usaha

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 16 Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y12

b. All requested variables entered.

Lampiran 17 Nilai Koefisien Korelasi

Correlations

		X1	X2	Y12
X1	Pearson Correlation	1	.317**	.270**
	Sig. (2-tailed)		.001	.007
	N	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.317**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	.270**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 18
Surat Izin Riset



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA
Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 18 Januari 2024

Nomor : 427/R/STIE-EP/I/2024
Lamp. : ----
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Toko Yucakwe Sambas
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Cindy Angelina
NIM	: 201010084
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Modal Intelektual dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing di Toko Yucakwe Sambas

Untuk mengadakan peninjauan ke Toko Yucakwe Sambas yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Lampiran 19
Surat Balasan Riset



Lampiran 20
Fotocopy berwarna kartu peserta sempro



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA**

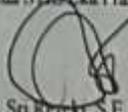
KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA: Grady Prayana
 NIM: 201010117
 PROGRAM STUDI: Komunikasi A

NO	TARU/TANGGAL SEMINAR	PENYAH SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	Jan 11 Jan 11 2021	Penyaha Jurni JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh faktor-faktor kekinifan pada kinerja perusahaan di era digital ini	201010117	
2	Jan 26 Jan 26 2021	Ren JUDUL PROPOSAL: Analisis pengaruh promosi dan pemasaran dalam penjualan produk elektronik	201010117	
3	Jan 26 Jan 26 2021	Angeline JUDUL PROPOSAL: Pengaruh media sosial terhadap kinerja dan produktivitas perusahaan terhadap keberlanjutan (sustainability) perusahaan	201010117	
4	Jan 26 Jan 26 2021	Jessica Purani JUDUL PROPOSAL: Analisis hubungan antara tingkat kepuasan kerja (job satisfaction) dan kinerja karyawan (employee performance)	201010117	
5	Jan 26 Jan 26 2021	Brinda JUDUL PROPOSAL: Pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan (employee performance) terhadap keberhasilan perusahaan (company success)	201010117	
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		
		JUDUL PROPOSAL:		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 3 KALI**

Medan, _____ 20
 Ketua STIE Eka Prasetya


 Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Lampiran 21
Fotocopy berwarna kartu bimbingan 1

STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 1	
		Nama Mahasiswa : Cindy Angelyn	
		NIM : 201010084	Kelas : Kewirausahaan A
		Konsentrasi : Pemasaran, Kewirausahaan (over yang tidak sesuai)	
		HP/WA : 0812 1034 9118 Email: cindy.angelyn@gmail.com	
		Alamat Tinggal: Jln. AH Nasution no.18A	
Nama Dosen Pembimbing 1: Hommy Dorothy Elyany Sinaga, S.T., M.M		Nama Dosen Pembimbing 2: Elsabeth Reingsolan, S.Pd, M.Sc	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	2/9-23	konultasi judul	ffp
2	2/9-23	revisi judul	ffp
3	30/11-23	revisi bab 1	ffp
4	4/1-24	revisi bab 1	ffp
5	6/1-24	revisi bab 1	ffp
6	23/1-24	perbaiki layout & kuesioner	ffp
7	29/1/24	ACC lengkap	ffp
8	19 Mei 24	Bimbingan SPSS	ffp
9	20 Mei 24	Bimbingan SPSS	ffp
10	2 Mei 24	Bimbingan SPSS bab IV	ffp
11	21 Mei 24	Bimbingan bab IV & V	ffp
12	4 Mei 2024	Bimbingan Bab 1-5	ffp
13	6 Mei 2024	ACC Sidang	ffp
14			
15			
16			
17			
REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	13 Mei 2024	ACC sidang	
2			
3			
4			
Diketahui oleh, Wakil Ketua 1 Bidang Akademik			
Hommy Dorothy Elyany Sinaga, S.T., M.M			
1 kartu untuk 1 pembimbing			

Lampiran 2
 Fotocopy berwarna kartu bimbingan 2

STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 2	
		Nama Mahasiswa : Cindy Angella	
		NIM : 201010024 Kelas : Kejurusan A	
		Konsentrasi : Manajemen, Kewirausahaan (orang yang tidak sesuai)	
		HP/WA : 0812 1029 9128 Email: cindy20uaded@gmail.com	
		Alamat Tinggal: Jln. AH Nasution no. 10A	
Nama Dosen Pembimbing 1: Hammy Dorothy Elyany Sinaga, S.T., M.M.		Nama Dosen Pembimbing 2: Etiatash Nanygotan, S.Pd, N.Sc.	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	2/10-23	Diskusi Bab 1	
2	27/10-23	Diskusi Bab 1 (tambahkan masalah dan indikator)	
3	4/12-23	Bimbingan Bab 1 (indikator dari setiap variabel belum lengkap)	
4			
5	9/12-23	Bimbingan bab 1 - bab 2 (tambah indikator)	
6	19/12-23	Bimbingan bab 1 - bab 3 (revisi)	
7	1/1-24	Bimbingan bab 1 - bab 3 (ganti format yang salah, latar belakang diperbaiki)	
8			
9	18/1-2024	Bimbingan bab 1-3 (layout dan Bab 3 masih ada yg perlu ditambahkan)	
10			
11	22/1-2024	ACC Skempro	
12	3/1-24	Bimbingan bab 4 dan 5	
13	6 Mei 2024	Revisi Tabel 4	
14	7 Mei 2024	revisi bab 4	
15	7 Mei	ACC Sidang	
16			
17			
REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	2 Mei 2024	Acc Revisi	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
 Wakil Ketua I Bidang Akademik

Hammy Dorothy Elyany Sinaga, S.T., M.M.

1 kartu untuk 2 pembimbing

Lampiran 23
Daftar riwayat hiup

DATA PRIBADI

Nama : Cindy Angelina
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 5 Agustus 2002
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. AH. Nasution NO. 18A
Alamat Email : Cindyafuadd@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Nikah

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2008 s/d Tahun 2014 : SD Hang Kestruri – Medan
2. Tahun 2014 s/d Tahun 2017 : SD Hang Kestruri – Medan
3. Tahun 2017 s/d Tahun 2020 : SD Hang Kestruri – Medan
4. Tahun 2020 s/d Tahun 2024 : Program Sarjana (S-1) STIE EKA
PRASETYA Medan

RIWAYAT PEKERJAAN

Juli 2022 – Sekarang : PT. Sari Incofood Corporation

Data Orang Tua

Nama Ayah : Johan Fuad
Pekerjaan : Wiraswasta
No. Hp : 0821-6288-5295
Alamat : Jl. AH Nasution No. 18 A

Nama Ibu : Juilli
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
No. Hp : 0812-6369-3595
Alamat : Jl. AH Nasution No. 18 A

Deminkian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 6 Mei 2024
Penulis,

Cindy Angelina
201010084