

**PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA
UMKM KULINER KELURAHAN PUSAT PASAR
(STUDI KASUS DI RM. UDA SAYANG)**

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

SKRIPSI



**Ditulis Oleh :
DEVICA L.M PANGGABEAN
201010207**

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang)

Yang dipersiapkan oleh:
DEVICA L.M PANGGABEAN
201010207

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 15 Juni 2024

Pembimbing 1



Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
NIDN: 0127117801

Pembimbing 2



Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.
NIDN: 0124028902

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

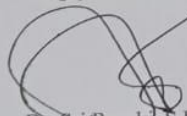
Skripsi dengan judul Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang)

Yang dipersiapkan oleh:
DEVICA L.M PANGGABEAN
201010207

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 15 Juli 2024

Penguji 1



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

Penguji 2



Afrizal, S.E., M.Si.
NIDN: 0114087402

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Devica L.M Panggabean
NIM	201010207
Judul Skripsi	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang).
Pembimbing 1	Dedy Lazuardi, S.E., M.M.
Pembimbing 2	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 15 Juni 2024



Devica L.M Panggabean
201010207

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang)”** 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 Sripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terimakasih 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.
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M.

5. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Kepala Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari 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, 15 Juli 2024

Penulis

Devica L.M Panggabean

201010207

ABSTRAK

Devica L.M Panggabean, 201010207, 2024, Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang), STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dedy Lazuardi S.E., M.M., Pembimbing II: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang). Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen RM. Uda Sayang. Dengan menggunakan rumus hair minimal jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $10 \times 5 = 50$ responden sedangkan batas maksimal jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $10 \times 10 = 100$ responden. Maka peneliti menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis memberikan persamaan **Keunggulan Bersaing = 4,734 + 0,185 Kompetensi Kewirausahaan + 0,545 Inovasi Produk + e**. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} (3,140) > t_{tabel} (1,98472)$ dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} (6,768) > t_{tabel} (1,98472)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} (33,997) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing pada RM. Uda Sayang. R^2 Square adalah sebesar 0.412 berarti keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk hanya sebesar 41% sedangkan sisahnya 59% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kompetensi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

Devica L.M Panggabean, 201010207, The Influence of Entrepreneurial Competence and Product Innovation on Competitive Advantage in Culinary MSMEs in Central Market Village (Case Study at RM. Uda Sayang), STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Dedy Lazuardi S.E., M.M., Supervisor II : Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

This research aims to find out how Entrepreneurial Competence and Product Innovation influence Competitive Advantage in Culinary MSMEs in Central Market Village (Case Study at RM. Uda Sayang). The research methodology used is a quantitative descriptive method. The type of data used in this research is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Data sources include primary and secondary data. The population in this research is RM consumers. Done darling. By using the hair formula, the minimum sample size in this study is $10 \times 5 = 50$ respondents, while the maximum sample size in this study is $10 \times 10 = 100$ respondents. So the researchers set the sample size in this study at 100 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis methods.

The results of the analysis provide the **Competitive Advantage equation = $4.734 + 0.185 \text{ Entrepreneurial Competence} + 0.545 \text{ Product Innovation} + e$** . The results of partial hypothesis calculations obtained a value of $t_{\text{count}} (3.140) > t_{\text{table}} (1.98472)$ and a significant value of $0.002 < 0.05$, so H_0 was rejected and H_a was accepted, namely entrepreneurial competence has a partial effect on competitive advantage in RM. Done darling. The results of partial hypothesis calculations obtained $t_{\text{count}} (6.768) > t_{\text{table}} (1.98472)$ and a significant value of $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, namely that product innovation has a partial effect on competitive advantage in RM. Done darling. The calculation results obtained a value of $F_{\text{count}} (33.997) > F_{\text{table}} (3.09)$ with a significance of $0.00 < 0.05$, so H_0 was rejected and H_a was accepted, namely Entrepreneurial Competence and Product Innovation simultaneously on Competitive Advantage in RM. Done darling. The R Square is 0.412, meaning that competitive advantage can be explained by the entrepreneurial competency and product innovation variables of only 42%, while the remaining 58% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords: Entrepreneurial Competence, Product Innovation, Competitive Advantage

MOTTO

In the Name of Jesus Christ

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan, *Prove Them Wrong*”

”Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi Tuhan menolong aku”
(Mazmur 118:13)

”Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala sesuatu dan tidak ada rencana-Mu yang gagal”
(Ayub 42:2)

”Jangan taku, percaya saja”
(Markus 5:36)

”Karena masa depan sungguh ada dan harapan-Mu tidak akan hilang”
(Amsal 23:18)

Setiap orang punya hambatan skripsi yang berbeda. Ada yang terkendala karena kemampuannya. Ada terkendala karena ekonominya. Ada yang terkendala karena financial nya. Ada yang terkendala karena administrasi kampusnya. Itu yang membuat waktu selesainya juga berbeda. Curang ketika kita dibandingkan proses kita dengan orang lain. Jelas langka awalnya berbeda, past-past kendalanya berbeda, dan titik sampainya pun pasti tak sama.

Jangan banyak penyesalan, jangan banyak membandingkan ketika dirimu sudah melakukan hal terbaik yang bisa dilakukan. Beri dirimu sedikit tepukan, pelukan, dan yakinlah bahwa dirimu tetap berharga sebagai dirinya apa adanya.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Panutanku ayahanda Heryanto Panggabean terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studi sampai sarjana.

Pintu surgaku ibunda Rotua Hutaauruk terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, dukungan, semangat, dan doa yang diberikan selama ini, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan. Terimakasih atas nasihat yang diberikan, mamak menjadi pengingat dan penguat yang paling hebat hingga penulis mampu menyelesaikan studi dan sampai penulis mendapat gelar S.M.

Kemudian kedua dosen pembimbing yang telah sabar membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini. Bapak Dedy Lazuardi, S.E., M.M. dan Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Adiku tersayang Revaldo Saputra Panggabean, Inda Yanti Panggabean , Melisa Amanda Panggabean, Jhon Eris Panggabean yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, menemani, mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah penulis, dan memberi semangat untuk pantang menyerah. Terimakasih atas doa dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Kepada ito saya Manogu Panggabean terimakasih sebesar- besarnya penulis sampaikan kepada beliau atas segala bentuk dukungan, motivasi, tenaga maupun waktu kepada penulis, dan bantuan yang beliau berikan cukup besar kepada penulis mulai dari penulis menyusun hingga penulis menyelesaikan studi sampai sarjana. Tetap semangat dalam menjalani perkuliahannya dan diperlancar segala urusannya, Terimakasih sudah memberi semangat dan dukungan kepada penulis.

Terimakasih kepada semua keluarga, pihak-pihak yang sudah memberi semangat, motivasi, dukungan, bantuanya semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Amin.

Dan terakhir terimakasih penulis sampaikan kepada Devica L.M Panggabean, diri penulis sendiri. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Terimakasih untuk semuanya karena telah menjadi alasan kenapa skripsi ini harus selesai.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.	5
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	8
2.1 Keunggulan Bersaing	8
2.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing.....	8
2.1.2 Dampak dari Keunggulan Bersaing	9
2.1.3 Faktor yang Menciptakan Keunggulan Bersaing.....	10

2.1.4	Aspek Keunggulan Bersaing.	10
2.1.5	Indikator Keunggulan Bersaing	12
2.2	Kompetensi Kewirausahaan.....	13
2.2.1	Defenisi Kompetensi Kewirausahaan.....	13
2.2.2	Cara Menumbuhkan Kompetensi Kewirausahaan	14
2.2.3	Modal Kompetensi Kewirausahaan	15
2.2.4	Indikator Kompetensi Kewirausahaan	15
2.3	Inovasi Produk.....	16
2.3.1	Defenisi Inovasi Produk	16
2.3.2	Proses Inovasi	17
2.3.3	Karakteristik Inovasi Produk	18
2.3.4	Manfaat Inovasi Produk	19
2.3.5	Indikator Inovasi	20
2.4	Penelitian Terdahulu.....	21
2.5	Kerangka Konseptual	23
2.6	Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III	METODE PENELITIAN	24
3.1	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	24
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	24
3.1.2	Waktu Penelitian.	24
3.2	Jenis Dan Sumber Data Penelitian.....	24
3.2.1	Jenis Data.	24
3.2.2	Sumber Data	24
3.3	Populasi Dan Sampel.....	25
3.3.1	Populasi	25

3.3.2	Sampel.....	26
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6	Teknik Analisa Data.....	29
3.6.1	Uji Validitas.....	29
3.6.2	Uji Reliabilitas	29
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.1	Uji Normalitas.....	30
3.7.2	Uji Multikolinearitas	31
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.	30
3.8	Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.9	Uji Hipotesis	32
3.9.1	Uji t (Uji Secara Parsial).....	32
3.9.2	Uji F (Uji Secara Simultan)	33
3.10	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	34
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Sejarah Singkat RM. Uda Sayang.	35
4.1.1	Sejarah Singkat RM. Uda Sayang.....	35
4.2	Hasil Penelitian Penelitian	35
4.2.1	Karakteristik Penelitian	35
4.3	Uji Validitas dan Realibilitas	37
4.3.1	Uji Validitas.....	37
4.3.2	Uji Realibilitas	40
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	41
4.4.1	Uji Normalitas.....	41
4.4.2	Uji Multikolinearitas	43

4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.	44
4.4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.5	Uji Hipotesis	47
4.5.1	Uji t (Uji Secara Parsial).....	47
4.5.2	Uji F (Uji Secara Simultan)	50
4.6	Uji Koefisien Determinasi.....	52
BAB V	KESIMPULAN, SARAN, IMPLIKASI MANAJERIAL.....	56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran.....	56
5.3	Implikasi Manajerial.....	57

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Data penjualan R.M Uda Sayang tahun 2018-2022</i>	2
Tabel 2.1	<i>Penelitian Terdahulu.</i>	21
Tabel 3.1	<i>Definisi Operasional Variabel Penelitian.....</i>	27
Tabel 4.1	<i>Karakteristik Respponden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	36
Tabel 4.2	<i>Karakteristik Respponden Berdasarkan Usia</i>	36
Tabel 4.3	<i>Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi Kewirausaha</i>	37
Tabel 4.4	<i>Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....</i>	38
Tabel 4.5	<i>Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing.</i>	39
Tabel 4.6	<i>Hasil Uji Realibilitas.</i>	39
Tabel 4.7	<i>One Sample Kolomogorov Smirnov</i>	43
Tabel 4.8	<i>Hasil Multikoloniearitas.</i>	44
Tabel 4.9	<i>Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.</i>	46
Tabel 4.10	<i>Hasil Uji T</i>	48
Tabel 4.11	<i>Hasil Uji F.</i>	50
Tabel 4.12	<i>Hasil Uji Koefisien Determinasi</i>	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Kerangka Konseptual</i>	23
Gambar 4.1	<i>Grafik Histogram</i>	42
Gambar 4.2	<i>Normal Probability Plot Of Regression</i>	42
Gambar 4.2	<i>Grafik Scatterplot</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Analisis Data Validitas
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Kompetensi Kewirausahaan
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Realibilitas Kompetensi Kewirausahaan
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Inovasi Produk
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Realibilitas Inovasi Produk
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Validitas Keunggulan Bersaing
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Realibilitas Keunggulan Bersaing
Lampiran 9	Tabulasi Angket Responden
Lampiran 10	Hasil Output Penelitian
Lampiran 11	Surat Izin Riset
Lampiran 12	Surat Balasan Riset
Lampiran 13	Foto Copy Berwarna Peserta Sempro
Lampiran 14	Foto Copy Berwarna Kartu Bimbingan
Lampiran 15	Daftar Riwayat Hidup

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan serta potensial untuk dikembangkan, disebabkan makanan adalah kebutuhan pokok setiap manusia untuk terus melakukan aktivitas sehari-harinya dengan baik. Sebagian masyarakat khususnya yang tinggal di perkotaan dengan tingkat pertumbuhan penduduk dan pola hidup masyarakat yang ingin serba cepat, mendorong peluang bagi setiap pelaku bisnis kuliner semakin tinggi. Hal ini membuat para pelaku usaha didorong guna melaksanakan beragam upaya peningkatan persaingan serta pemenuhan kebutuhan pasar agar pelaku usaha dapat bertahan dalam banyaknya persaingan. Maka pelaku usaha perlu membuat strategi yang tepat sebagai antisipasi terhadap resiko dan mampu berinovasi untuk menghadapi persaingan dengan mengutamakan kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dari berbagai jenis bisnis kuliner yang tengah berkembang di tengah masyarakat, jenis bisnis yang paling banyak diminati oleh masyarakat dan tidak pernah kehilangan eksistensinya di hati masyarakat yaitu kuliner khas padang, salah satunya adalah Rumah Makan Uda Sayang (RM. Uda Sayang) yang beralamat di jalan Pusat Pasar No.151 Medan yang menawarkan berbagai menu kuliner makanan cepat saji.

Mendapatkan keunggulan bersaing merupakan tantangan kendala utama yang dihadapi bisnis dalam era yang modren. Menurut Kurniawan dan Yun (2018) keunggulan bersaing didefinisikan sebagai kapasitas perusahaan guna

melaksanakan penawaran kualitas berskala besar pada konsumen daripada pesaingnya. Disebabkan setiap bisnis mempunyai pendekatan yang berbeda serta unik guna memperoleh hal tersebut, perusahaan wajib terlebih dahulu menilai kekuatan serta kelemahan lingkungan eksternal, potensial ancaman serta kemungkinan sebelum pengembangan rencana pemasaran. Pada dasarnya persaingan memerlukan strategi untuk merancang strategi pemasaran yang memberikan nilai lebih dibandingkan pesaingnya.

Peneliti di RM. Uda Sayang memperoleh data sekunder berupa penjualan mulai 2018 hingga 2022 adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Penjualan RM. Uda Sayang Tahun 2018-2022

Tahun	Penjualan	% Penjualan
2018	Rp 486.504.000	0
2019	Rp 603.168.000	24%
2020	Rp 396.360.000	(-34.33%)
2021	Rp 442.752.000	(11.7%)
2022	Rp 418.776.000	(-5.42%)

Sumber: Data Diolah (2023)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa RM. Uda Sayang mengalami pendapatan yang berfluktuasi, di mana pada tahun 2018 usaha melakukan penjualan usaha sebesar Rp. 486.504.000 serta pada tahun 2019 penjualan meningkat Rp. 603.168.000, akan tetapi pada 2020 penjualan menurun sebanyak Rp. 396.360.000, tahun 2021 penjualan meningkat sebesar Rp. 442.752.000, dan tahun 2022 kembali mengalami penurunan penjualan sebesar 418.776.000.

Kompetensi kewirausahaan yaitu sebuah kemampuan yang wajib dimiliki

oleh seorang wirausahawan guna mencapai tujuan bisnis serta perusahaan yang dikelola dengan optimal. Isharyadi dkk., (2022) menegaskan bahwa setiap pengusaha wajib memberikan kinerja terbaik dalam pengelolaan bisnis, serta kemampuan yang perlu dilatih dan dikembangkan dalam berbagai keterampilan sosial, pengetahuan, dan sikap. Kompetensi kewirausahaan menentukan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan seseorang yang berpengaruh langsung pada hasil disebabkan orientasi pengusaha pada hasil. Wahdi (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Untuk mencapai kinerja yang baik dalam menjalankan usahanya kompetensi merupakan salah satu hal untuk dipahami guna melaksanakan wirausaha, disebabkan pengetahuan saja tidak mencukupi wirausahawan untuk bertumbuh, tetapi juga perlu disertai dengan keterampilan berupa keterampilan manajerial, konseptual, berkomunikasi, serta keterampilan teknis. Hal ini tercermin dari fenomena kompetensi kewirausahaan yang belum dapat berkembang disebabkan kompetensi konseptual perusahaan dinilai kurang berhasil dalam mengembangkan usahanya, hal ini dilihat dari omset penjualan yang mengalami fluktuasi.

Selain itu faktor berpengaruh pada keunggulan bersaing merupakan inovasi produk. Inovasi produk merupakan cara pengusaha melakukan perbaikan, peningkatan, pengembangan serta penyempurnaan produk yang telah diproduksi dalam jangka waktu tertentu (Sudarmanto dkk., 2022). Karena inovasi produk adalah istilah yang luas yang benar-benar lebih dari sekedar produk, inovasi

memainkan peran penting dalam keunggulan kompetitif. Inovasi adalah mengamati pelanggan dan menghasilkan produk baru untuk memenuhi kebutuhan mereka. Inovasi merupakan perubahan produk yang belum pernah benar-benar ada sebelumnya di pasar dan baru dalam arti bahwa ada hal-hal berbeda yang merupakan peningkatan atau perbaikan dari produk sebelumnya, inovasi dapat berupa ide, metode, atau barang yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru.

Peran inovasi semakin penting dan sangat menentukan dalam memenangkan persaingan. Selaras dengan penelitian yang dilakukan Riany dan Dahmiri (2020) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Terciptanya inovasi produk akan terjadi peningkatan manfaat maupun kualitas yang didapat konsumen. Peningkatan kuantitas di dalam lingkungan persaingan menuntut para pelaku usaha berinovasi secara kritis serta tepat dan memahami faktor untuk dipahami guna keunggulan usaha yang dimiliki dalam bersaing. Hal ini tercermin dari fenomena kurangnya inovasi dari segi varian yang tidak bervariasi yang menyebabkan keunggulan bersaing tidak tercapai dengan optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka disinyalir masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Kompetensi kewirausahaan yang belum dapat berkembang disebabkan kompetensi konseptual perusahaan dinilai kurang berhasil dalam mengembangkan usahanya, hal ini dilihat dari omset penjualan yang mengalami fluktuasi.
2. Kurangnya inovasi produk dari segi varian yang tidak bervariasi yang menyebabkan keunggulan bersaing tidak tercapai dengan optimal.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena pengetahuan, kecukupan dana serta waktu yang terbatas sehingga penelitian dibatasi hanya mencakup ruang lingkup diantara kompetensi kewirausahaan (X_1) dan inovasi produk (X_2) serta keunggulan bersaing (Y). Objek penelitian yaitu konsumen RM. Uda Sayang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah tersebut, dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang)?

2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang)?
3. Apakah kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang)?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang).
2. Untuk mengetahui inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang).
3. Untuk mengetahui kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang).

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Praktis

Landasan meningkatkan keunggulan bersaing pada masa mendatang guna memperbaiki serta meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk.

2. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi berkualitas bagi penelitian mendatang perihal keterkaitan yang kompleks inovasi produk, kemampuan kewirausahaan dan keunggulan bersaing. Selain itu, penelitian merupakan dasar pelaksanaan penelitian mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Keunggulan Bersaing

2.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Setiap perusahaan dengan persaingan pada sebuah lingkungan industri pada dasarnya berkeinginan guna bertahan dan turut maju dibanding dengan para pesaingnya, untuk dapat lebih maju dan bertahan pada lingkungan yang dinamis, sehingga perusahaan wajib mempunyai kemampuan dalam keunggulan bersaing secara optimal. Menurut Fatkhurahman (2023) keunggulan usaha adalah keadaan usaha mencari keuntungan yang hasilnya melebihi pesaingnya. Keunggulan usaha ini juga dikenal dengan istilah keunggulan bersaing.

Menurut Firmansyah (2019) keunggulan bersaing merupakan rencana manfaat perusahaan untuk berkolaborasi guna memberikan keuntungan yang lebih kuat di pasarnya, Agar bisnis dapat bersaing di pasar saat ini dan juga pasar yang sedang berkembang, keunggulan ini perlu dibangun untuk mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan. Sedangkan, Menurut Gustina, I. (2022) nilai tambah beraskan dari keunggulan bersaing merupakan hasil pengaplikasian strategi sebagai sebuah penguatan daya saing perusahaan.

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merupakan kinerja pemasaran dengan pengembangannya dilaksanakan perusahaan sehingga keunggulannya meningkat daripada pesaingnya untuk melihat apakah tujuan perusahaan tercapai atau tidak (Wicaksana, 2021). Keunggulan bersaing merupakan faktor eksternal dari manfaat yang dihasilkan dan faktor internal yang mempengaruhinya adalah *intellectual capital*, struktur kepemilikan dan volatilitas

laba (Suryati dkk., 2022)

Berdasarkan definisi keunggulan bersaing menurut ahli, dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan strategi perusahaan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan, menciptakan efektivitas dalam pasar dan memperkuat daya tawar yang bertujuan untuk membangun posisi yang menghasilkan serta berlanjut pada kekuatan pasar guna penentuan persaingan industri. Untuk mendapatkan keunggulan bersaing diperlukan efisiensi serta usaha yang giat untuk mencapainya.

2.1.2 Dampak dari Keunggulan Bersaing

Setiap persaingan perusahaan di dalam sasaran pasar terkait harus memiliki strategi tidak serupa agar perusahaan dapat lebih unggul dibanding dengan para pesaingnya. Menurut Wicaksana (2021) ada tiga hal yang berpengaruh serta berdampak nyata dari keberadaan sebuah keunggulan bersaing, yaitu:

1. Bagi perusahaan

Sebuah produk yang dimiliki oleh perusahaan guna memperoleh keuntungan secara besar, di mana hal tersebut diperoleh perusahaan dari produk yang dihasilkan, melalui pemberian barang maupun jasa perusahaan dengan keunggulan kompetitif menunjukkan posisi perusahaan dan meletakkan dirinya secara optimal dalam pasar hingga akhirnya turut menguatkan posisi negosiasi secara keseluruhan.

2. Untuk konsumen

Konsumen menerima apa yang telah diantisipasi atau dijaga saat

memperoleh sebuah produk atau jasa yang memenuhi standar tertinggi mereka, hal tersebut dilaksanakan agar sebuah perusahaan tercukupi dengan produk yang telah disediakan.

3. Bagi investor

Keunggulan kompetitif sebuah perusahaan merupakan standar dan tolok ukur saat pelaksanaan penilaian maupun mengevaluasi sebuah usaha yang dilaksanakan.

2.1.3 Faktor yang Menciptakan Keunggulan Bersaing

Dalam menciptakan keunggulan bersaing terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan. Menurut Fatkhurahman (2023), terdapat faktor yang menciptakan keunggulan kompetitif, yaitu:

1. Situasi faktor produksi

Situasi faktor produksi mengacu pada faktor-faktor ketersediaan dan alokasi dalam suatu perekonomian.

2. Situasi permintaan

Situasi permintaan merujuk pada kondisi dipasar di mana pembeli ingin membeli barang atau jasa pada berbagai tingkat harga tertentu.

3. Industri pendukung serta industri terkait

Industri pendukung adalah sektor yang memberi dukungan langsung kepada industri utama dalam rantai pasokan sementara industri terkait adalah sektor yang terkait secara tidak langsung dengan industri utama.

4. Strategi usaha, hubungan maupun persaingan

Yaitu elemen kunci yang saling mempengaruhi dalam menentukan keberhasilan dan posisi perusahaan dalam pasar.

2.1.4 Aspek Keunggulan Bersaing

Karakteristik serta pengukuran perusahaan yang digunakan dalam pengukuran merupakan barometer kesuksesan sebuah perusahaan dengan kepemilikan serta pertahanan keunggulan bersaing. Menurut Muniarty (2022) ada beragam aspek yang harus dipertimbangkan perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing, yaitu :

1. *Customer Service*

Sebuah layanan yang disediakan oleh usaha dengan kewajiban untuk melayani sebagai sumber daya bagi pengetahuan, pemecahan masalah, dan konsultasi bagi tiap klien atau pelanggan yang dimilikinya.

2. *Price*

Ketika menentukan harga jual produknya, perusahaan lebih mempertimbangkan pasar daripada faktor lain, seperti biaya produksi. Mengamankan keuntungan sebagian besar tergantung pada penetapan harga. Satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mempengaruhi pendapatan perusahaan adalah harga.

3. *Quality*

Salah satu penentu utama kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam menghadapi persaingan industri yang ketat adalah kualitasnya. Keseluruhan

atribut produk yang memungkinkan produk tersebut memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau yang telah ditetapkan sebelumnya disebut sebagai kualitas.

4. *Fulfillment Time*

Pelayanan dengan melibatkan sejumlah prosedur untuk memenuhi pesanan produk konsumen. Dari saat pesanan diterima atau *fulfillment* hingga barang dikirim ke alamat penerima, prosedur pemenuhan ini dapat dimulai.

5. *Agility*

Seseorang wajib memiliki kecepatan serta ketepatan mengubah arah saat bepergian tanpa kehilangan keseimbangan untuk beradaptasi dan hidup di dunia yang terus berubah ini. Kecepatan dan kapasitas untuk mendapatkan informasi baru berkorelasi langsung dengan ketangkasan tersebut.

6. *Time to Market*

Mengacu pada durasi yang diperlukan bagi peluncuran produk baru memasuki pasar. Perusahaan dipaksa untuk memperpendek siklus hidup produk karena persaingan yang ketat di pasar saat ini. Kinerja yang lebih baik adalah hasil dari pengembangan produk yang lebih cepat.

7. *Market Reach*

Jumlah kemungkinan konsumen untuk dijangkau melalui komunikasi pemasaran dikenal sebagai jangkauan pasar.

2.1.5 Indikator Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan inti dari kinerja bisnis yang kompetitif.

Menurut Lestari (2019) terdapat tiga indikator keunggulan bersaing yang digunakan

guna mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan, baik ada maupun atau tidak, diantaranya :

1. Keunikan Produk

Pada suatu perusahaan keunikan produk menjadi nilai tambah bagi penampilan sebuah produk daripada produk yang dimiliki oleh pesaing lainnya.

2. Kualitas Produk

Kemampuan perusahaan untuk memberikan ciri khas pada setiap produk dalam menghasilkan barang atau jasa agar konsumen kenal dan percaya dengan produk untuk tujuan lainnya.

3. Harga Bersaing

Perusahaan memiliki kemampuan guna memproduksi layanan atau produk dengan harga yang dapat bersaing di dalam pasaran.

2.2 Kompetensi Kewirausahaan

2.2.1 Definisi Kompetensi Kewirausahaan

Semua pelaku usaha harus memiliki kompetensi kewirausahaan, hal ini disebabkan kemampuan berwirausaha merupakan unsur yang sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Kemampuan atau kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan dalam menentukan permasalahan yang muncul dalam kegiatan kewirausahaan untuk mendukung perkembangan usaha (Tarmizi dkk., 2023)

Menurut Wigunadika (2021) kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan untuk menghasilkan kinerja yang berbeda dan mengoptimalkan keuntungan ketika mengelola usaha bisnis atau organisasi. Hal ini terkait dengan

pengetahuan, sikap, dan kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan melalui pelatihan dan pengembangan manajerial. Menurut Gultom, P.P (2020) menegaskan bahwa setiap pengusaha wajib memberikan kinerja terbaik dalam pengelolaan bisnis, serta kemampuan yang perlu dilatih dan dikembangkan dalam berbagai pengetahuan, keterampilan dan sikap.

Kualitas pribadi yang mendasar yang memungkinkan kinerja yang luar biasa dalam posisi, peran, atau keadaan tertentu adalah kompetensi kewirausahaan. Selain itu, kompetensi adalah kombinasi dari kemampuan, sikap, dan pengetahuan yang memungkinkan seseorang untuk bertindak dengan cara yang efisien. Kompetensi kewirausahaan adalah kombinasi dari informasi, kemampuan, dan sikap yang mempengaruhi dorongan seseorang untuk berhasil meluncurkan usaha baru (Kurniawan & Yun, 2018). Kompetensi kewirausahaan merupakan ilmu, wawasan, kecakapan serta sikap yang mempengaruhi keinginan pada kemampuan untuk mewujudkan kegiatan usaha baru (Prianto dkk., 2019).

Berdasarkan definisi kompetensi kewirausahaan tersebut, kesimpulannya kompetensi kewirausahaan adalah konsep terkait ilmu pengetahuan, kecakapan, kemampuan serta sikap individu guna ketercapaian kinerja suatu usaha dalam menjalankan bisnisnya.

2.2.2 Cara Menumbuhkan Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Malawat (2019) beragam cara guna menumbuhkan kompetensi kewirausahaan sebagai berikut:

1. Sekolah formal. Saat ini, berbagai institusi pendidikan menengah dan tinggi menyediakan berbagai program, atau paling tidak, kursus tentang kewirausahaan.
2. Seminar tentang kewirausahaan. Untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dalam diri kita, berbagai seminar kewirausahaan sering diadakan dengan mendatangkan pakar dan praktisi kewirausahaan.
3. Pelatihan. Keberanian dan kemampuan kami untuk beradaptasi dengan dinamika tempat kerja yang terus berubah akan diuji selama program ini, dan kami akan terus berusaha untuk menjadi lebih baik.
4. Otodidak. Kita dapat mendorong semangat kewirausahaan melalui berbagai media. Sebagai contoh, kita dapat memupuk semangat kewirausahaan kita dengan membaca biografi pengusaha sukses (kisah sukses), menonton televisi, mendengarkan radio, membaca majalah, dan membaca koran, dan media lainnya.

2.2.3 Modal Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Bahri (2019) kompetensi wajib dimiliki pebisnis guna menjalankan bisnisnya agar sukses. Kompetensi tersebut adalah :

1. Menciptakan barang maupun jasa terbaru.
2. Menghasilkan nilai tambah baru.
3. Meluncurkan perusahaan baru.
4. Menerapkan metode maupun pendekatan interaktif di dalam praktik usaha yang dilaksanakan.

5. Membentuk organisasi yang benar-benar baru.
6. Memperoleh pangsa pasar baru.

2.2.4 Indikatator Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan akan mempengaruhi kinerja usaha sehingga krusial guna identifikasi serta pemahaman pengukuran kompetensi kewirausahaan. Menurut Kurniawan & Yun (2018) indikator kompetensi kewirausahaan diantaranya sebagai berikut :

1. Kompetensi Melihat Peluang (*Opportunity Competencies*)
Guna memastikan perusahaannya berkembang, seorang wirausahawan harus mampu melihat dan memanfaatkan peluang bisnis. Wirausahawan juga harus memiliki pola pikir yang optimis dan inovatif.
2. Kompetensi dalam Menentukan Strategi (*Strategi Competencies*)
Menyadari rencana permainan dan cara untuk menang. Wirausahawan harus mampu mengungkapkan kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancamannya sendiri dan pesaingnya.
3. Kompetensi dalam Menjalin Hubungan (*Sosial Competencies*)
Secara khusus, kapasitas untuk berhubungan dengan orang lain dan memahami interaksi interpersonal yang positif.
4. Kompetensi Konseptual (*Conceptual Competencies*)
Yaitu kemampuan seorang wirausaha dengan keterampilan konseptual untuk bekerja dengan ide dan konsep.

2.3 Inovasi Produk

2.3.1 Definisi Inovasi Produk

Upaya yang wajib dilakukan pebisnis guna menciptakan, mengembangkan, mengelolah serta mendorong peningkatan sebuah produk yaitu inovasi produk. Menurut Hajar (2019) penciptaan barang baru yang saat ini belum ada atau memiliki kualitas yang lebih baik dari pada produk yang sudah ada dikenal sebagai inovasi produk. Dengan mengembangkan produk baru atau memperbaiki produk lama, inovasi produk dapat menambah nilai bagi pelanggan dan membuat produk tersebut lebih bermanfaat.

Salah satu elemen terpenting dalam kesuksesan bisnis adalah kemampuannya untuk berinovasi melalui produk yang dibuat untuk memenuhi keinginan dan aspirasi pelanggan (Waluyo dkk., 2021). Inovasi dapat didefinisikan sebagai penciptaan produk baru, memodifikasi desain barang yang sudah ada, atau penerapan bahan atau komponen baru untuk menghasilkan produk yang lebih baik (Friadi, 2022).

Pengupayaan perusahaan guna menginovasikan produk guna perbaikan, peningkatan, pengembangan, serta penyempurnaan produk produksi (Sudarmanto dkk., 2022). Inovasi produk merupakan pengembangan barang, jasa, dan ide-ide baru berupa wujud meningkatnya sebuah hal secara signifikan terkait karakteristik fungsional maupun pengguna, komponen serta bahan, kualitas penggunaan serta karakter fungsional lain (Abdurrozzaq dkk., 2022)

Dari uraian inovasi produk menurut ahli tersebut, kesimpulannya inovasi produk adalah sebuah strategi untuk memodifikasi atau memperbaharui produk

yang ada menjadi produk yang baru yang diperlukan untuk menghadapi persaingan dan mengatasi kejenuhan konsumen akan sebuah produk atau jasa.

2.3.2 Proses Inovasi

Menurut Lestari, (2019) inovasi merupakan ide-ide baru yang di perkenalkan dan dipasarkan. Tahapan inovasi diantaranya:

1. Melihat peluang

Ketika ada masalah yang dilihat sebagai ketidaksesuaian antara yang ideal dan aktual, peluang muncul dengan sendirinya. Dengan demikian, kemampuan untuk mengenali dan mengevaluasi peluang adalah hal yang mendorong perilaku inovatif.

2. Mengeluarkan ide

Ketika dihadapkan dengan tantangan, gunakan pemikiran konvergen (berpikir fokus), yang melibatkan produksi ide sebanyak mungkin dalam upaya untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

3. Mengkaji ide

Pada titik ini, menimbang keuntungan dan kerugian dari penerapan sebuah konsep membutuhkan pendekatan berpikir divergen (berpikir kreatif).

4. Implementasi

Diperlukan keberanian untuk mengambil risiko pada titik ini, terutama risiko yang melibatkan kemungkinan berhasil atau gagal.

2.3.3 Karakteristik Inovasi Produk

Menurut Oetema (2022) karakteristik inovasi produk terbagi menjadi lima.

Karakteristik tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Keuntungan Relatif

Sejauh mana inovasi dianggap lebih unggul daripada mengganti produk dikenal sebagai keunggulan relatif. Hal ini mengacu pada persepsi subjektif pengadopsi tentang keuntungan daripada tujuan untuk mendapatkan keuntungan pada produk baru.

2. Kompatibilitas

Sejauh mana sebuah inovasi dianggap cocok dengan kebutuhan, pengalaman, dan sistem nilai pelanggan saat ini dikenal sebagai kompatibilitas. Tingkat adopsi awal sebuah produk baru akan lebih tinggi jika produk tersebut lebih selaras dengan kebutuhan dan nilai target pasar.

3. Kompleksitas

Tingkat di mana sebuah inovasi tampak sulit untuk digunakan dan dipahami adalah kerumitannya. Produk baru tertentu akan lebih mudah dipahami, tetapi inovasi yang lebih sederhana mungkin akan lebih cepat diterima.

4. Percobaan

Uji coba mengacu pada tahap di mana penemuan diuji dalam jumlah kecil. Berbagai fase dapat digunakan untuk menguji inovasi. Inovasi yang telah diuji coba cenderung diadopsi lebih cepat daripada yang tidak.

5. Observabilitas

Sejauh mana hasil dari inovasi ini terlihat jelas dikenal sebagai observabilitas. Responden lebih cenderung menerima inovasi ketika hasilnya dapat dilihat dengan jelas.

2.3.4 Manfaat Inovasi Produk

Menurut Friadi (2022) inovasi produk merupakan manfaat yang besar yang membantu dan mempermudah urusan pekerjaan kita, diantaranya :

1. Memecahkan Masalah

Konsep baru yang dapat diterapkan pada pemecahan masalah disebut inovasi.

2. Pembangunan kualitas pribadi

Menghasilkan atribut yang khas adalah keuntungan berikutnya dari inovasi. Hal ini menyiratkan bahwa inovasi akan menarik perhatian dan tampak istimewa.

3. Meningkatkan Produktivitas

Produktivitas berdampak baik bagi keuntungan serta inovasi yang diperoleh.

4. Ketangguhan

Hal ini memerlukan sikap fleksibel dan mahir dalam menangani masalah baru.

2.3.4 Indikator Inovasi Produk

Menurut Hasbullah (2022) variabel inovasi produk dibentuk oleh indikator

berikut:

1. Varian Produk

Yaitu sarana pembeda diantara produk sendiri serta milik pesaing.

2. Gaya

Yaitu nilai tambah bagi pelanggan yang menjelaskan penampilan produk tertentu.

3. Desain Produk

Yaitu nilai tambah bagi pelanggan yang menjelaskan desain produk yang mempunyai konsep melebihi gaya.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berhubungan dengan dengan penelitian ini adalah:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Riany & Dahmiri, 2020 Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu) Vol. 9, No. 02, Agustus 2020 P-ISSN: 2252-8636 E-ISSN:2685-9424 (Sinta 4) Jambi	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi).	Variabel bebas Kreativitas Inovasi Produk Variabel terikat Keunggulan Bersaing.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Jambi. Inovasi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap Keunggulan Bersaing Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Jambi.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
2.	Annisa & Dwi Elfarina, 2023 Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Vol. 7 No. 1 e-ISSN : 2579-9401 p-ISSN : 2579-9312 (Sinta 3) Purworejo	Peran Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengetahuan Terhadap Kinerja UMKM.	Variabel Moderasi Keunggulan Bersaing Variabel bebas Kompetensi Kewirausahaan, Pengetahuan Variabel terikat Kinerja UMKM	Hasil analisis data menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
3.	Kurniawan & Yun, 2018 Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Vol. 2(1),65-78 p-ISSN : 2579-9312 e-ISSN : 2579-9401(Sinta 3) Cimahi	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing	Variabel bebas Kompetensi Kewirausahaan Kelanggengan Usaha Variabel terikat Keunggulan Bersaing	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompetensi Kewirausahaan Kelanggengan Usaha berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.
4.	Adiako Pramedyas Vijaya., (2021) <i>International Journal of Business, Economics, and Law</i> Vol. 24, Issue 4 (June) ISSN: 2289-1552	<i>The Effect of Product Innovation and Service Quality on Competitive Advantage Mediated By Company Image (Study at PT. Toyota Astra Motor In Malang Raya)</i>	Variabel bebas <i>Product Innovation Service Quality</i> Variabel Terikat <i>Competitive Advantage</i>	<i>The results showed that Service Quality could not affect Competitive Advantage directly and Product Innovation could affect Competitive Advantage directly.</i>
5.	Hartono (2020) Binus Business Review Vol. 4 No. 2 November 2020: 756-76 ISSN :2087-1228 (Sinta 2) Palmerah	<i>The Impact Of Leadership, Creativity, And Innovation On Competitive Advantage: Proposing A Comprehensive Framework For A Better Indonesia</i>	Variabel bebas <i>Leadership, Creativity Innovation</i> Variabel terikat <i>Competitive Advantage</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Leadership, Creativity, And Innovation</i> berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Sumber: Data Diolah (2023)

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
6.	(Markus dkk., 2018) Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume XVII, No. 3, ISSN:2580-118X Print ISSN: 1412-8527 (Sinta 3) Semarang	<i>The Influence Of Differences Strategy, Market Orientation, and Innovation of Competitive Advantages And Company Performance (Empirical Study on Star Hotels in Semarang City)</i>	Variabel bebas <i>Differences Strategy Market Orientation Innovation</i> Variabel terikat <i>Competitive Advantages Company Performance</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Differences Strategy</i> berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja Perusahaan.
7.	Wahdi (2021) Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akutansi) Vol.5 No.3 (Sinta 4) Depokcity	Pengaruh Inovasi Digital dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Dmpakmnnya ke Resiliensi Bisnis (Studi Pada UMKM Food and Beverage Di Masa Pandemi covid 19).	Variabel bebas Inovasi Digital Kompetensi Kewirausahaan Variabel terikat Keunggulan Bersaing Resiliensi Bisnis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Inovasi, Kompetenei Kewirausahaan serta Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi bisnis.

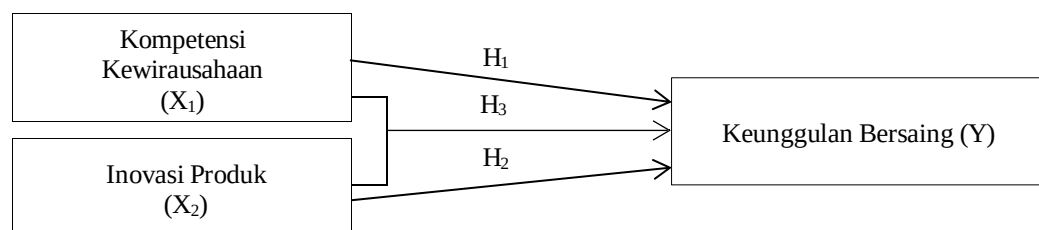
Sumber: Data Diolah (2023)

2.5 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kerangka konseptual adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing



2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H₁: Terdapat pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang).
- H₂: Terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang).
- H₃: Terdapat pengaruh kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada RM. Uda Sayang yang beralamat di Jalan Pusat Pasar No.151, Pusat Pasar., Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20212.

3.1.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan mulai Maret 2024 hingga April 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian menunjukkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran) (Sujarweni (2019).

Menurut Gultom & Agustine (2021) jenis penelitian ini penelitian kuantitatif di mana data kuantitatif adalah data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik.

3.2.2 Sumber Data

Sumber primer dan sekunder dapat digunakan dalam pengumpulan data, tergantung dari sudut pandang data tersebut. Menurut Sujarweni, (2019) sumber

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Informasi yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner, survei, kelompok fokus, panel, dan wawancara peneliti dengan narasumber.

2. Data Sekunder

Informasi yang dikumpulkan dari dokumen, buku, dan terbitan berkala berupa laporan pemerintah, laporan keuangan dari perusahaan, artikel, buku-buku teori, terbitan berkala, dan lain sebagainya.

Sumber data primer yang digunakan adalah wawancara dengan responden dan pembagian kuesioner kepada pelanggan yang berkaitan dengan variabel penelitian berupa kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing serta sumber data sekunder yaitu studi dokumentasi yang mendukung dalam penelitian ini yang berkaitan dengan variabel penelitian berupa kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah jumlah menyeluruh dari objek maupun subjek penelitian dengan karakteristik serta kualitas sesuai ketentuan peneliti guna analisa serta memperoleh kesimpulan penelitian (Sujarweni, 2019). Penelitian menggunakan konsumen RM. Uda Sayang sebagai populasi penelitian. Akan tetapi jumlah konsumen yang akan dijadikan sebagai populasi tidak dapat ditentukan dengan pasti, sehingga peneliti dalam menentukan sampel menggunakan rumus "Hair".

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan oleh penelitian (Sujarweni, 2019). Disebabkan populasi dari yang tidak diketahui dan bias, maka menurut (Hair, 2019) merekomendasikan di mana jumlah dari sampel minimal adalah 5 kali dan maksimal adalah 10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian terdapat 10 indikator, maka jumlah indikator yang digunakan adalah: Sampel minimum = jumlah indikator $\times$ 5 = $10 \times 5 = 50$ responden, sampel maksimum = jumlah indikator $\times$ 10 = $10 \times 10 = 100$ responden. Pada penelitian ini peneliti menentukan jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 responden dari konsumen RM. Uda Sayang, sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental*. Menurut (Sujarweni, Wiratna, 2019) *sampling insidental* yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut ini adalah unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam definisi variabel kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, keunggulan bersaing dan indikator yang digunakan sebagai alat ukur penelitian ini dapat disajikan pada tabel 3.1 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kompetensi Kewirausahaan (X ₁)	Kompetensi kewirausahaan merupakan pengetahuan, keterampilan dan sikap, yang mempengaruhi keinginan dalam kemampuan untuk mewujudkan kegiatan usaha baru.	1. <i>Opportunity Competencies</i> 2. <i>Strategi Competencies</i> 3. <i>Sosial Competencies</i> 4. <i>Conseptual Competencies</i>	Skala <i>Likert</i>
	Sumber: Prianto dkk. (2019)	Sumber: Kurniawan dan Yun (2018)	
Inovasi Produk (X ₂)	Inovasi Produk adalah upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk memperbaiki, meningkatkan, mengembangkan, dan menyempurnakan produk yang selama ini di produksi.	1. Varian Produk 2. Gaya 3. Desain Produk	Skala <i>Likert</i>
	Sumber: Sudarmanto dkk. (2022)	Sumber: Hasbullah (2022)	
Keunggulan Bersaing (Y)	Keunggulan bersaing merupakan merupakan nilai tambah dari hasil implementasi strategi yang merupakan salah satu penguat daya tawar perusahaan pada konsumen.	1. Keunikan Produk 2. Kualitas Produk 3. Harga Bersaing	Skala <i>Likert</i>
	Sumber : Lestari (2019)	Sumber : Lestari (2019)	

Sumber: Data Diolah (2023)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengumpulkan data yaitu:

1. Observasi

Pengumpulan data secara langsung pada subjek penelitian disebut observasi. Observasi ini tidak hanya dapat dilakukan melalui kuesioner, tetapi juga dapat dilakukan melalui buku, gambar, video, dan media lain yang serupa.

2. Dokumentasi

Data yang dikumpulkan dari kejadian historis disebut dokumentasi. Teks tertulis, gambar, karya seni, hasil observasi atau wawancara, dan lainnya, semuanya dapat digunakan sebagai data dokumentasi.

3. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan sesi tanya-jawab secara langsung antara peneliti, narasumber, dan pengumpul data (*enumerator*).

4. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data di mana partisipan diberikan daftar pernyataan atau pertanyaan untuk dijawab. Survei dapat dilakukan secara *online* (misalnya, Google Formulir) atau dalam bentuk cetak.

Berdasarkan pendapat Riyanto dan Hatmawan (2020) skala *likert* merupakan model skala yang banyak digunakan penelitian dalam mengukur sikap, pendapat, persepsi, atau fenomena sosial lainnya skala *likert* yang sering digunakan adalah skala *likert* dengan lima kategori yaitu:

1. Skor 5 adalah jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 adalah jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 adalah jawaban Netral (N)

4. Skor 2 adalah jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 adalah jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan produk dari validitasi. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengukur seberapa baik sebuah tes menjalankan tujuannya dan apakah alat pengukur yang dirakit benar-benar mampu mengukur variabel yang diperlukan. Tujuan pengujian untuk menentukan validitas kuesioner. Pada intinya uji validitas menentukan keabsahan setiap pertanyaan penelitian. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan r_{hitung} (*Pearson Correlation*) dengan r_{tabel} , di mana $df = n-2$ dengan tingkat signifikansi 5% (Darma, 2021).

Kriteria pengujian Uji Validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ sehingga instrumen penelitian dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Darma (2021) sejauh mana hasil pengukuran tetap akurat dan bebas dari kesalahan pengukuran dikenal sebagai reliabilitas. Sementara itu, tujuan uji reliabilitas instrumen adalah untuk memastikan ketahanan atau ketergantungan data yang dihasilkan. Pada intinya, uji reliabilitas menggunakan pernyataan dan pertanyaan untuk mengukur variabel. Dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat signifikansi yang dipilih, maka uji reliabilitas dilakukan.

Tergantung dari kebutuhan penelitian 0.5, 0.6, hingga 0.7 dapat menjadi level atau tingkat signifikansi yang dipilih. Berikut kriteria pengujiannya:

1. Jika nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikansi, maka instrumen dikatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's alpha* < tingkat signifikansi, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Memeriksa grafik histogram yang membedakan data observasi dengan data yang distribusinya mendekati normal adalah salah satu metode paling sederhana untuk menentukan apakah residu berdistribusi normal (Sujarweni (2019)). Uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) merupakan salah satu yang dapat digunakan untuk mengevaluasi normalitas residual. Standar pengambilan keputusan uji yaitu :

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Hubungan linier sempurna antara sejumlah variabel bebas, atau seluruhnya, lolos uji multikolinearitas. Uji multikolinearitas mencari bukti adanya korelasi antara variabel independen dengan model regresi. Untuk menguji multikolinearitas,

diperiksa tingkat toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas toleransinya sama dengan nilai $VIF > 10$ atau $< 0,10$ (Sujarweni, 2019)

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Apabila *variance error* tidak konstan untuk setiap variabel independen, maka kondisi tersebut disebut uji heteroskedastisitas. Model regresi yang bebas heteroskedastisitas dianggap berkualitas tinggi. Uji glejser dapat digunakan untuk mengetahui derajat signifikansi uji heteroskeastisitas. Nilai *absolut unstandardized* residual regresi yang tidak terstandarisasi dijadikan sebagai variabel terikat dalam pengujian ini, yang dirancang untuk bereaksi terhadap variabel bebas. Ketika temuan uji lebih besar dari tingkat signitifikan ($r > 0,05$) tidak terjadi heteroskedastisitas sebaliknya, ketika tingkatnya signifikan ($r < 0,05$) terjadi heterokedastisitas (Sujarweni, 2019)

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Model penelitian yaitu analisis regresi linear berganda yaitu penelitian dengan tujuan guna mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen berskala ukur maupun rasio dalam suatu persamaan linear (Sujarweni, 2019).

Persamaan regresi tersebut sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y	:	Keunggulan Bersaing
X ₁	:	Kompetensi Kewirausahaan
X ₂	:	Inovasi Produk
a	:	Konstanta

$b_1, b_2,$: Koefisien regresi variabel bebas
 e : *Term of error*

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau validitas pengaruh merupakan uji signifikansi, pengujian bertujuan guna mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2019)

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara parsial Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang) .
2. $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$ Secara parsial Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang) .

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t adalah :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F mengukur signifikansi suatu model regresi secara bersamaan dengan menguji nilai signifikasinya, jika nilainya di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2019). Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara simultan Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang) .
2. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$ Secara simultan Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang).

Kriteria pengujian uji simultan yaitu :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.10 Uji Koefisien Determinasi(R^2)

Ukuran terpenting dalam analisis regresi adalah koefisien determinasi (R^2). Kapasitas variabel terikat tercermin dalam koefisien determinasi (R^2). Tujuan analisis guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kemampuan variabel penjelas dalam menjelaskan suatu persentase tertentu dari total variasi variabel terikat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Persentase fluktuasi total variabel terikat yang dapat dipertanggungjawabkan oleh variabel bebas semakin besar seiring dengan besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) (Sujarweni, 2019).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat RM. Uda Sayang

Rumah Makan Uda Sayang (RM. Uda Sayang) merupakan sebuah rumah makan khas padang yang sudah berdiri sejak tahun 1967 yang didirikan oleh bapak Haji Basri Taher di jalan Pusat Pasar No.151 Medan. Rumah makan ini dulunya disebut warung nasi atau kedai nasi, lokasi tersebut merupakan lokasi yang cukup ramai karena berada di area Medan Mall dan terdapat beberapa rumah makan yang menyajikan berbagai macam kuliner dengan olahan rasa yang berbeda-beda.

Dengan berjalannya waktu dan perkembangan zaman rumah makan ini pun mulai dikenal banyak orang hingga akhirnya memutuskan untuk membuka cabang RM. Uda Sayang salah satunya di jalan Krakatau, dengan diperluasnya RM. Uda Sayang dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi Gojek dan Grab atau datang langsung ke toko.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran tentang subjek yang dianalisis dan diteliti yang mencakup karakteristik dan profil responden yang diperoleh dari pengolahan kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada konsumen RM. Uda Sayang yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia. Berikut karakteristik

responden akan dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-laki	43	43%
Perempuan	57	57%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden laki-laki yang melakukan pembelian pada produk RM. Uda Sayang adalah sebesar 43% atau sebanyak 43 orang dari total responden sedangkan responden perempuan yang membeli produk RM. Uda Sayang adalah sebesar 57% atau sebanyak 57 orang. Dengan demikian disimpulkan bahwa dominan pelanggan yang berkunjung ke RM. Uda Sayang adalah pelanggan perempuan.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
18-20 Tahun	19	19%
21-30 Tahun	59	59%
31-40 Tahun	15	15%
>40 Tahun	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan usia 18-20 tahun sebanyak 19 orang atau 19% dari total responden, responden dengan usia 21-30 tahun adalah sebanyak 59 orang atau 59% dari total responden, responden dengan usia 31-40 tahun adalah sebanyak 15 orang atau 15% dari total

responden dan responden dengan usia >40 tahun adalah sebanyak 7 orang atau 7% . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dominan pelanggan yang makan di RM. Uda Sayang adalah pelanggan usia 21-30 tahun.

4.3 Uji Validitas dan Realibilitas

4.3.1 Uji Validitas

Validitas merupakan produk dari validitasi. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengukur seberapa baik sebuah tes menjalankan tujuannya dan apakah alat pengukur yang dirakit benar-benar mampu mengukur variabel yang diperlukan. Tujuan pengujian untuk menentukan validitas kuesioner. Pada intinya uji validitas menentukan keabsahan setiap pertanyaan penelitian. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan r_{hitung} (*Pearson Correlation*) dengan r_{tabel} , di mana $df = n-2$ dengan tingkat signitifikan 5% (Darma, 2021).

Kriteria pengujian Uji Validalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ sehingga instrumen penelitian dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi Kewirausahaan (X_1)

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1.	RM. Uda Sayang memiliki kompetensi peluang yang baik dan kreatif.	0.895	0.361	Valid
2.	Dalam usaha harus mampu memenangkan persaingan.	0.641	0.361	Valid

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	keterangan
3.	Kompetensi strategi menjadi bagian terpenting dalam berwirausaha.	0.657	0.361	Valid
4.	Dengan kompetensi strategi peningkatan usaha dapat menjadi keunggulan usaha.	0.903	0.361	Valid
5.	RM. Uda sayang selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.	0.696	0.361	Valid
6.	Kompetensi sosial diperlukan dalam memenangkan persaingan dalam usaha.	0.924	0.361	Valid
7.	RM. Uda Sayang memiliki kompetensi konseptual dalam meningkatkan keberhasilan usahanya.	0.550	0.361	Valid
8.	Dalam menjalankan usaha kompetensi kewirausahaan harus memiliki konsep yang jelas.	0.596	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.361) bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel kompetensi kewirausahaan (X1) dinyatakan valid. Item pernyataan ke 6 dari variabel X1 memiliki jumlah yang paling besar sehingga perlu didukung, item pernyataan ke 7 dari variabel X1 jumlah yang paling kecil sehingga perlu diperhatikan.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	keterangan
1.	RM. Uda Sayang menawarkan varian produk yang beragam.	0.703	0.361	Valid

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	keterangan
2.	RM. Uda sayang menawarkan fitur baru pada varian produknya.	0.792	0.361	Valid
3.	Produk yang ditawarkan RM. Makan Uda Sayang memiliki kemasan yang menarik.	0.523	0.361	Valid
4.	Produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang berkualitas.	0.715	0.361	Valid
5.	Desain produk yang ada pada RM. Uda sayang sangat bagus	0.606	0.361	Valid
6.	Desain produk yang ada pada RM. Uda Sayang berbeda dengan RM lain.	0.570	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.361) bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel inovasi produk (X2) dinyatakan valid. Item pernyataan ke 2 dari variabel X2 memiliki jumlah yang paling besar sehingga perlu didukung, item pernyataan ke 3 dari variabel X2 jumlah yang paling kecil sehingga perlu diperhatikan.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

No	Pernyataan	rhitung	rtabel	keterangan
1.	RM. Uda Sayang memiliki produk yang unik dapat dilihat dari segi rasa terdapat pada sambal yang menjadi ciri khas RM. Uda Sayang.	0.705	0.361	Valid
2.	Saya menyukai produk yang unik.	0.800	0.361	Valid
3.	RM. Uda Sayang menawarkan produk dengan kualitas yang baik.	0.708	0.361	Valid

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
4.	Saya selalu memilih produk yang berkualitas.	0.799	0.361	Valid
5.	Harga yang ditawarkan RM. Uda Sayang dapat bersaing dengan kompetitor.	0.762	0.361	Valid
6.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang akan didapatkan konsumen.	0.797	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.361) bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk keunggulan bersaing (Y) dinyatakan valid. Item pernyataan ke 2 dari variabel Y memiliki jumlah yang paling besar sehingga perlu didukung, item pernyataan ke 1 dari variabel Y jumlah yang paling kecil sehingga perlu diperhatikan.

4.3.2 Uji Realibilitas

Menurut Darma (2021) sejauh mana hasil pengukuran tetap akurat dan bebas dari kesalahan pengukuran dikenal sebagai reliabilitas. Sementara itu, tujuan uji reliabilitas instrumen adalah untuk memastikan ketahanan atau ketergantungan data yang dihasilkan. Pada intinya, uji reliabilitas menggunakan pernyataan dan pertanyaan untuk mengukur variabel. Dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat signifikan yang dipilih, maka uji realibilitas dilakukan. Tergantung dari kebutuhan penelitian 0.5, 0.6, hingga 0.7 dapat menjadi level atau tingkat signitifikan yang dipilih. Berikut kriteria pengujiannya:

1. Jika nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.

2. Jika nilai *Cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Berikut ini adalah hasil uji realibilitas yang dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Realibilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	N Of Items	Keterangan
Kompetensi kewirausahaan (X1)	.878	8	Reliabel
Inovasi produk (X2)	.726	6	Reliabel
Keunggulan bersaing (Y)	.822	6	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* bahwa kompetensi kewirausahaan bernilai 0.878, inovasi produk bernilai 0.726, keunggulan bersaing bernilai 0.822. Jika melihat kembali syarat pengujian realibilitas, maka pernyataan atau kuesioner variabel kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, keunggulan bersaing dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0.7.

4.4 Uji Asumsi Klasik

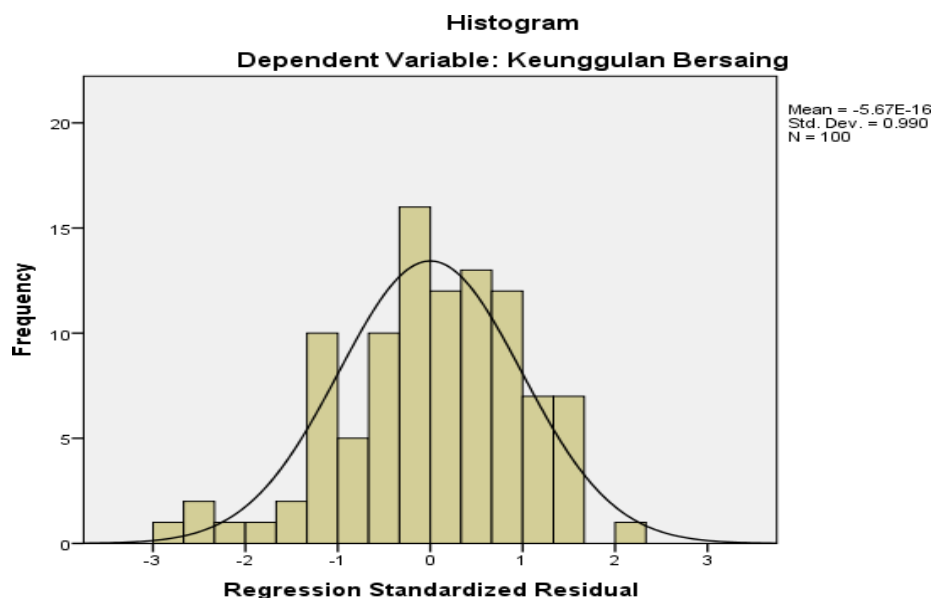
4.4.1 Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Memeriksa grafik histogram yang membedakan data observasi dengan data yang distribusinya mendekati normal adalah salah satu metode paling sederhana untuk menentukan apakah residu berdistribusi normal (Sujarweni, 2019). Uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) merupakan salah satu yang dapat digunakan untuk mengevaluasi normalitas residual. Standar pengambilan keputusan uji yaitu :

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka distribusi tidak normal.

Berikut adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram yang menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetris tidak melenceng kekiri atau pun kekanan, maka dapat dikatakan berdistribusi normal, dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini:

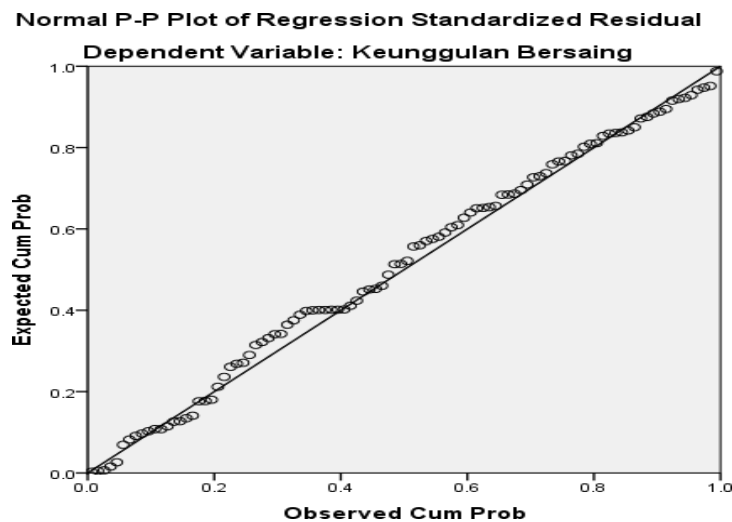
Gambar 4.1
Grafik Histogram



Sumber: Data Diolah (2024)

Berikut pengujian analisis normal P-P plot dapat diketahui bahwa titik-titik mendekati garis diagonal, sehingga menunjukkan data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas, dapat dilihat pada gambar 4.2 di bawah ini:

Gambar 4.2
Normal Probability Plot Of Regression



Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil pengujian statistik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat dari Lampiran 13 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05 ($\text{Sig } F > 5\%$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolonieritas

Hubungan linier sempurna antara sejumlah variabel bebas, atau seluruhnya, lolos uji multikolonieritas. Uji multikolonieritas mencari bukti adanya korelasi antara variabel independen dengan model regresi. Untuk menguji multikolonieritas, diperiksa tingkat toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Batas toleransinya sama dengan nilai VIF < 10 atau $> 0,10$ (Sujarweni, 2019).

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolonieritas

	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kompetensi Kewirausahaan	0.954	1.049
	Inovasi Produk	0.954	1.049

Sumber: Data Diolah (2024)

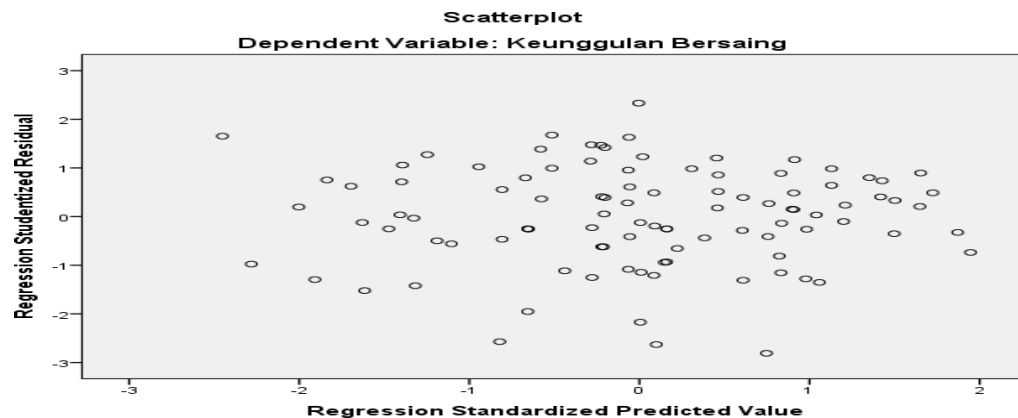
Pada tabel 4.7 di atas diketahui bahwa nilai korelasi variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki nilai Tolerance (0.954) > 0.10 dan nilai VIF (1.049) < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk tidak terdapat multikolonieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Apabila *variance error* tidak konstan untuk setiap variabel independen, maka kondisi tersebut disebut uji heteroskedastisitas. Model regresi yang bebas heteroskedastisitas dianggap berkualitas tinggi. Uji glejser dapat digunakan untuk mengetahui derajat signifikansi uji heteroskeastisitas. Nilai *absolut unstandardized* residual regresi yang tidak terstandarisasi dijadikan sebagai variabel terikat dalam pengujian ini, yang dirancang untuk bereaksi terhadap variabel bebas. Ketika temuan uji lebih besar dari tingkat signitifikan ($r > 0,05$) tidak terjadi heteroskedastisitas sebaliknya, ketika tingkatnya signifikan ($r < 0,05$) terjadi heterokedastisitas (Sujarweni, 2019)

Hasil pengujian dengan metode grafik *Scatterplot* dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot



Sumber: Data Diolah (2024)

Pada gambar 4.3 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik *scatterplot* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model *penelitian* yaitu analisis regresi linear berganda yaitu penelitian dengan tujuan guna mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen berskala ukur maupun rasio dalam suatu persamaan linear (Sujarweni, 2019).

Persamaan regresi tersebut sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y	:	Keunggulan Bersaing
X ₁	:	Kompetensi Kewirausahaan
X ₂	:	Inovasi Produk
a	:	Konstanta
b ₁ , b ₂	:	Koefisien regresi variabel bebas
e	:	<i>Term of error</i>

Hasil pengujian analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4.734	2.363
	Kompetensi Kewirausahaan	.185	.059
	Inovasi Produk	.545	.081

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa *Unstandarrdized Coefficients* bagian B diperoleh persamaan regresi linear dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Keunggulan bersaing} = 4,734 + 0,185 \text{ kompetensi kewirausahaan} + 0,545 \text{ inovasi produk} + e$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 4,734 menunjukkan nilai konstanta, yang berarti jika nilai kompetensi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) bernilai 0 maka nilai kompetensi kewirausahaan sebesar 4,734 satu satuan.
2. Koefisien X_1 (b_1) = 0,185 menunjukkan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,185. apabila setiap terjadi peningkatan nilai kompetensi kewirausahaan (X1) sebesar satu satuan, maka keunggulan bersaing akan mengalami peningkatan sebesar 0,185 satu satuan. artinya semakin tinggi variabel kompetensi kewirausahaan maka semakin meningkat variabel keunggulan bersaing.

3. Koefisien $X_2 (b_2) = 0,545$ menunjukkan bahwa variabel inovasi produk (x_2) memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,545. apabila setiap terjadi peningkatan nilai inovasi produk (X_2) sebesar satu satuan, maka keunggulan bersaing akan mengalami peningkatan sebesar 0,545 satu satuan. artinya semakin tinggi variabel inovasi produk maka semakin meningkat variabel keunggulan bersaing.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau validitas pengaruh merupakan uji signifikansi, pengujian bertujuan guna mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) (Sujarweni, 2019).

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara parsial kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang) .
2. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$ Secara parsial kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi kasus di RM. Uda Sayang) .

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t adalah :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.9*Hasil Uji Signitifikan Parsial (uji t)*

Model		t	Sig
1	(Constant)	2.004	.048
	Kompetensi Kewirausahaan	3.140	.002
	Inovasi Produk	6.768	.000

Sumber: Data Diolah (2024)

Pada table 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai t_{tabel} untuk signifikansi 0,05 pada derajat bebas $df = n - k$ di mana n adalah jumlah sampel dan jumlah variabel bebas. $df = 100 - 2 = 98$ adalah sebesar 1,98472. Hasil dari uji secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

H1: Adanya pengaruh variabel kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.

Variabel kompetensi kewirausahaan memiliki koefisien regresi sebesar 0,185 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Nilai $t_{hitung} (3,140) > t_{tabel} (1,98472)$. Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Nilai signifikansi variabel kompetensi kewirausahaan sebesar $0,002 < 0,05$. hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan signifikan. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis satu (H1) didukung.

H2: Adanya pengaruh variabel inovasi produk terhadap keunggulan bersaing

Variabel Inovasi Produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,548 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan bahwa variabel inovasi produk memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Nilai t_{hitung} (6,768) > t_{tabel} (1,98472). Hal ini dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Nilai signifikansi variabel inovasi produk sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan signifikan. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis dua (H2) didukung.

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F mengukur signifikansi suatu model regresi secara bersamaan dengan menguji nilai signifikasinya, jika nilainya di bawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2019). Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. $H_0: b_1 = b_2 = 0$ Secara simultan Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang) .
2. $H_a: b_1 = b_2 \neq 0$ Secara simultan Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang).

Kriteria pengujian uji simultan yaitu :

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Dalam menentukan nilai F_{tabel} , diperoleh dengan cara $F_{tabel} = f(a) (df_{penyebut} = n - k)(df_{pembilang} = n) - 1$ di mana k merupakan jumlah variabel, dan n merupakan variabel independen. Dalam penelitian ini dengan sampel $100 - 2 - 1 = 97$ dan tingkat signifikansi (α) = 0,05 maka diperoleh f tabel sebesar 3,09. Sedangkan nilai F_{hitung} akan diperoleh melalui program SPSS. Setelah hasil nilai F_{hitung} diketahui maka akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%. Berikut di bawah ini merupakan hasil uji Faining melalui aplikasi SPSS versi 24:

Tabel 4.10*Hasil Uji Secara Simultan (uji F)*

Model	F	Sig.
Regression	33.997	.000 ^b

Sumber: Data Diolah (2024)

H3: Adanya pengaruh variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing

Dari tabel 4.10 diketahui bahwa nilai $F_{hitung} (33,997) > F_{tabel} (3.09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang.

4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ukuran terpenting dalam analisis regresi adalah koefisien determinasi (R^2). Kapasitas variabel terikat tercermin dalam koefisien determinasi (R^2). Tujuan analisis guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kemampuan variabel penjelas dalam menjelaskan suatu persentase tertentu dari total variasi variabel terikat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Persentase fluktuasi total variabel terikat yang dapat dipertanggungjawabkan oleh variabel bebas semakin besar seiring dengan besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) (Sujarweni, 2019).

Tabel 4.11*Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642 ^a	.412	.400	2.961

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa Nilai R Square (R^2) yang diperoleh sebesar 0.412 artinya variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk hanya sebesar 41,2 % sedangkan sisahnya 58,8 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6.1 Kontribusi Variabel

Variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Selain uji *R square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing-masing dari variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Berikut pengujiannya:

Tabel 4.12

Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Model	Variabel Entered/Removed ^a		Method
	Variables Entered	Variables Remove	
1	Inovasi Produk (X2)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq$.050, Probability-of-F-to-remove $\geq$.100).
2	Kompetensi Kewirausahaan (X1)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq$.050, Probability-of-F-to-remove $\geq$.100).

Sumber: Data Diolah (2024)

Dari pengujian tersebut, diketahui bahwa variabel inovasi produk memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap keunggulan bersaing karena posisi yang berada di urutan paling atas setelah variabel kompetensi kewirausahaan. Selanjutnya, perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing-

masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing. Untuk mengetahui masing-masing kontribusi variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4.13

Nilai Koefisien Beta dan Nilai Koefisien Korelasi

Variabel	Standardized Coefficients Beta	Koefisien Korelasi
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	0.250	0.367
Inovasi Produk (X2)	0.540	0.594

Sumber: Data Diolah (2024)

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

$$\text{Kontribusi Variabel X} = \text{Koefisien Standardized} \times \text{Koefisien Korelasi}$$

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

1. Kontribusi Kompetensi kewirausahaan = $0.250 \times 0.367 = 0.09175$
2. Kontribusi Inovasi Produk = $0.540 \times 0.594 = 0.32076$
3. Kontribusi secara simultan = $0.09175 + 0.32076 = 0.41251$

adalah sama dengan besar *R square*.

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

1. Besarnya kontribusi kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0.09175, ini artinya secara parsial kompetensi

kewirausahaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 0.91 %.

2. Besarnya kontribusi inovasi produk terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0.32076, ini artinya secara parsial inovasi produk mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 32.0%.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap keunggulan bersaing adalah sebesar 0.41251, ini artinya kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing sebesar 41,2%. Hasil ini selaras dengan nilai *R square* pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.7 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti akan melakukan pembahasan terhadap pengaruh kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing penjelasan dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

4.7.1 Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel kompetensi kewirausahaan memiliki nilai t_{hitung} (3,140) > t_{tabel} (1,98472) dengan tingkat signifikan $0,002 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Yun (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kompetensi kewirausahaan, dan variabel kelanggengan usaha berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner di Kota Cimahi dengan jumlah sampel 50 orang responden, teknik sampling yang digunakan adalah sampling purposive. Teknik penarikan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan skala ukur instrumen likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square- Structural Equation Modeling.

4.7.2 Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji-t, diketahui bahwa variabel inovasi produk memiliki nilai $t_{hitung} (6,768) > t_{tabel} (1,98472)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riany dan Dahmiri (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kreativitas dan variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi), populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memamakai jasa Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration tahun 2019, jumlah sampelnya 70 responden, pengumpulan sampel dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan

teknik simple random sampling dengan metode deskriptif dan metode kuantitatif yaitu analisis linear berganda dengan tingkat signifikansi 0.05.

4.7.3 Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji-f, diketahui bahwa variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki nilai $F_{hitung} (33,997) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada RM. Uda Sayang.

Nilai R Square (R) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,412 artinya variabel keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk hanya sebesar 41,2% sedangkan sisanya 58,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Wahdi (2021) di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan inovasi dan kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM). Survei tersebut dilakukan Kota Depok 150 usaha kecil, menengah dan mikro di industri makanan dan minuman.

Dengan demikian, maka kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, di mana

semakin meningkat kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk maka keunggulan bersaing juga akan mengalami peningkatan. sehingga meningkatkan kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk dinilai penting.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji-t menunjukkan bahwa secara parsial kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
2. Hasil uji-t menunjukkan bahwa secara parsial inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.
3. Hasil uji F menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

5.2 Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah:

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk mengembangkan model atau variabel yang lebih komprehensif dan lebih tepat dalam mengukur kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk. Selain itu, perlu juga dilakukan penelitian lanjutan yang mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing.

2. Menambah jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan jumlah responden disebabkan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 100 orang responden sebagai sampel. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan sampel yang lebih besar dan bervariasi untuk memperoleh hasil yang lebih valid dan reliabel.

3. Menambah buku panduan

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk menambah referensi terutama dari banyaknya buku panduan yang ada. Agar diharapkan juga dapat mendukung upaya mahasiswa mendapatkan hasil yang reliable dan komprehensif.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. RM. Uda Sayang harus memperhatikan Kompetensi Kewirausahaan dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing dengan cara:
 - a. RM. Uda Sayang diharapkan lebih memperhatikan kompetensi konseptual supaya memiliki daya saing agar bisa bersaing secara baik dengan produk lain dan mendapatkan keunggulan bersaing.
 - b. RM. Uda Sayang diharapkan selalu menjalin hubungan relasi kemitraan yang ada agar proses bisnis ini bisa berjalan dengan baik.
2. RM. Uda Sayang harus memperhatikan Inovasi Produk dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing dengan cara:

- a. Perusahaan wajib mengembangkan inovasi produk agar perusahaan unggul dan dapat bersaing dengan cara melakukan analisis pasar dan pesaing secara terus-menerus dan meningkatkan inovasi produk.
- b. Perusahaan perlu menawarkan fitur baru sehingga dapat mempertahankan kesetiaan serta keunggulan bersaing dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrozzaq, H., Putri, Buana, Mustika, D., Handiman, Toto, U., Nasution, Putri, S., P Ramlah, Rakib, M., Sudarmanto, E., Widarman, A., Saputra, Hadi, D., Fitriyani, E., & Mashud. (2022). *Bisnis Kreativitas dan Inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Adiako Pramedyas Vijaya., Moeljadi ., M. Rahayu. (2021). The Effect Of Product Innovation And Service Quality On Competitive Advantage Mediated By Company Image (Study At Pt. Toyota Astra Motor In Malang Raya). *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 2289–1552.
- Annisa, N. N., & Dwi Elfarina, D. (2023). Peran keunggulan bersaing sebagai mediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan dan pengetahuan terhadap kinerja UMKM. Dalam *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 7, Nomor 1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33603/jibm.v7i1.8241>
- Bahri. (2019). *Pengantar Kewirausahaan Untuk Mahasiswa, Wirausahawan, dan Kalangan Umum*. Pustaka Baru Press.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Fatkurahman. (2023). *Keunggulan Bersaing UMKM*. CV. Karya Nofa.
- Firmansyah, F. (2019). *Budaya Kerja IKM Batik Inovatif & Kreatif*.
- Friadi, J. (2022). *Kewirausahaan Berbasis Produk*. Samudra Biru.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Agustine, L. (2021). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Bisnis Farmasi Di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal ManajemenBisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 7(1), 2477–6718. <https://doi.org/https://doi.org/10.47663/jmbep.v7i1.170>
- Gustina, I. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Samoto di PT. Utama Netindo Semesta. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP)*, 8, 1-14.
- Hair. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River. NJ: Person.
- Hajar, I. (2019). *Manajemen Strategik; Konsep Keunggulan Bersaing*. Penerbit Andi

- Hartono, H. (2020). The Impact Of Leadership, Creativity, And Innovation On Competitive Advantage: Proposing A Comprehensive Framework For A Better Indonesia. Dalam *BINUS BUSINESS REVIEW* (Vol. 4, Nomor 2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.21512/bbr.v4i2.1391>
- Hasbullah, M. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen*, 18(4), 826–831.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jinv.v18i4.12122>
- Isharyadi, R., Purwantoro, & Sari, Novia, R. (2022). *Model Kegiatan Wirausaha BMKM Berbasis Teknologi dan Digital*. CV. Azka Pustaka.
- Kurniawan, A., & Yun, Y. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 2(1), 65–78.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33603/jibm.v2i1.998>
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Malawat, S. (2019). *Kewirausahaan Pendidikan*. Deepublish.
- Markus, Lely, N., Raharjo, Toto, S., & Mahfudz. (2018). *The Influence Of Differences Strategy, Market Orientation, And Innovation Of Competitive Advantages And Company Performanc (Empirical Study On Star Hotels In Semarang City): Vol. XVII* (Nomor 3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v17i3.196-206>
- Muniarty, P., Hasan, S., Patimah, S., Hadmandho, T. C., Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., ... & Sihombing, C. M. (2022). *Manajemen Pemasaran. PT. Global Eksekutif Teknologi. Sumatera Barat*.
- Oetema, S. (2022). *Orirntasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing*. CV. Azka Pustaka.
- Prianto, A., Winardi, & Qomariyah, Nur, U. (2019). *Penguat Employability dan Entrepreneurability Siswa SMK*.
- Riany, Ira, A., & Dahmiri. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 9(02).
<https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif penelitian dibidang manajemen, ataehnik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sudarmanto, E., Purba, S., Sitorus, S. A., Sari, A. P., Simarmata, H. M. P.,

- Hidayatulloh, A. N., ... & Handiman, U. T. (2022). *Manajemen kreativitas dan inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sujarweni, Wiratna, V. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Suryati, A., Murwaningsari, E., & Sekar, M. S. (2022). *Keunggulan Kompetitif: Konsep dan Studi Kasus*. CV. Adanu Abimata.
- Tarmizi, Muhammad, & Junilia, E. (2023). *Buku Ajar Kewirausahaan*. UPPM Universitas Malahayati.
- Wahdi, H. (2021). Pengaruh Inovasi Digital Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Dampaknya Ke Resiliensi Bisnis (Studi Pada Umkm Food And Beverage Di Masa Pandemi Covid-19). *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1569>
- Waluyo, E., Yahya, Perdana, Wira, A., Marifat, Nur, T., Andriani, Dewi, R., & Sabarisman, I. (2021). *Inovasi dan Pengembangan Produk Pagan*. Universitas Brawijaya Press.
- Wicaksana, Seta. , A. , A. F. , & H. A. (2021). *TRANSFORMASI DIGITAL Perspektif Bisnis, Organisasi, Talenta dan Budaya Digital*. Dd Publishing.
- Wigunadika, S, W. (2021). *Menumbuhkan Minat Generasi Muda Menjadi Wirausaha*. Nilacakra.
- Akbar, M. A., & Rezeki, S. (2022). Analysis of the Effect of Promotion and Brand Image on Customer Purchase Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 96-107.
- ALIBASYAH, Z. M., Rezeki, S., & Rafi'i, N. M. (2020). The prevalence of trauma from occlusion as the aggravating factors of periodontitis. *Journal of Syiah Kuala Dentistry Society*, 5(1), 7-11.
- Muhammad, I., Yolanda, F., Andrian, D., & Rezeki, S. (2022). Pengembangan media interaktif menggunakan adobe flash CS6 profesional pada materi relasi dan fungsi. *Journal of Authentic Research on Mathematics Education (JARME)*, 4(1), 128-140.
- Nicholas, N., Sinaga, H. D. E., & Rezeki, S. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Teknologi, Kepercayaan Terhadap Perilaku Pengguna Mobile Banking Dengan Mediasi Animo Transaksi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 724-740.
- Putra, M. R. B., Nurasyifa, R. S., Mutiara, M. S. D. R., Istiqomah, N., Qhardanova, M., Rezeki, S., ... & Dirmi, Z. (2024). Pelatihan Pembuatan Bolu Ampas Tahu Lokal di Kelurahan Lewirato. *Indonesia Bergerak: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 93-100.

- Putri, W. A., Hasibuan, U. M., & Rezeki, S. (2024). Peran Profesi Bimbingan dan Konseling dalam Mengatasi Masalah Psikologis Siswa. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 4(1), 1247-1254.
- Putri, W. A., & Rezeki, S. (2024). Peran Nilai Budaya dalam Komunikasi Konseling Lintas Budaya. *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 4(1), 1284-1291.
- Rezeki, S. (2024). Penerapan Media Pembelajaran Audio Visual Dalam Pembelajaran Alkitab: Menggugah Minat dan Keterlibatan Siswa. *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat*, 3(1), 167-175.
- Rezeki, S., Siregar, E. P., & Siregar, A. E. (2024). Edukasi Bullying dan Bahaya Penggunaan Gadget Melalui Program Smart pada Remaja. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera*, 3(2), 93-98.
- Rahmadsyah, A., & Rezeki, S. (2023). Analysis of Service Quality and Sales Promotion on Consumer Decisions in Using the Grab Bike Application. *Outline Journal of Management and Accounting*, 16-24.
- Rezeki, S., Rahayu, E., & Nazara, F. (2023). Analisis Efektivitas Pemakaian Media Teknologi Pembelajaran dalam Pelayanan Transformatif Gereja untuk Mengatasi Kemiskinan di Indonesia. *JURNAL KADESI*, 5(2), 1-19.
- Rezeki, S., Nurbaiti, N., & Nurwani, N. (2023). Analisis Peran Teknologi Digital Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi Pada Saat Terjadi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Bank Sumut Syariah Capem Hamparan Perak). *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 1(2), 01-16.
- Rezeki, S., & Rahmadsyah, A. (2023). The Influence of Promotions and Consumer Satisfaction on Purchasing Decisions at PT Papparich Sun Plaza Medan. *Outline Journal of Management and Accounting*, 29-38.
- 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.
- Rezeki, S., Januarty, W., & Handayani, T. M. (2023). Marketing Mix in improving Purchasing Decisions. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 33-45.
- Rezeki, S., Mulyana, A., Lazuardi, D., Sudaryo, Y., & Sulaiman, A. (2023). Reference Group, Perceived Value, and Institution Image for Student Behavior Intention. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(7), 87.
- Rezeki, S., Suryati, L., Wardana, W., Simatupang, D., Simanjuntak, M.,

- Tampubolon, B., & Sibarani, M. (2023). Product and Channel Difference Mofel Distribution in Increasing Customer Loyalty. *Greenation International Journal of Tourism and Management*, 1(2), 106-114
- 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., & Gustina, I. (2021). The Influence of Marketing Strategy and Lifestyle on the Purchase Decision of Mitsubishi Xpander at PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 105-118.
- 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., Novianto, V., Juhasah, N. H., & Lydia, E. L. (2020). A Study on Managing Customer Taking Advantages of Strict Customer Friendly Policies Using Fake Orders of Products. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(01).
- Rezeki, S., Sentanu, I. G. E. S., Sanawiri, B., Shankar, K., & Thanh, P. (2019). Blue Ocean Strategy for creating Value of the Organization: Examination of Differentiation with Red Ocean Strategy. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(2S11), 2277-3878.
- Siregar, E. P., Rezeki, S., Siregar, A. E., Siagian, V. S. T., & Parida, W. (2024). Pemanfaatan Teknologi Berbasis Aplikasi HIV Info Corner dalam Pencegahan Narkoba dan HIV pada Remaja di Desa Bangun Rejo Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang Tahun 2024. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera*, 3(2), 99-103.
- Zafrullah, Z., Zetriuslita, Z., Rezeki, S., & Suripah, S. (2024). DEVELOPMENT OF INTERACTIVE MULTIMEDIA LEARNING MATHEMATICS LEARNING MEDIA USING ADOBE FLASH CS6. *Mathematics Research and Education Journal*, 8(1), 17-28.
- Rezeki, S. (2023, December). Utilization of Social Media Marketing and Word of Mouth and Their Impact Towards Increasing New Student Acceptance at The Karya Anugerah Education Foundation. In *PROCEEDING INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS CONFERENCE (IBEC)* (Vol. 2, pp. 297-307).

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE Eka Prasetya yang sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP UMKM KULINER KELURAHAN PUSAT PASAR (STUDI KASUS DI RM. UDA SAYANG)”**. Sebagai salah satu persyaratan penyelesaian studi S1 Manajemen, maka penulis mengharapkan bantuan Bpk/Ibu/Saudara/I sebagai responden untuk memberi pilihan jawaban melalui daftar pernyataan dalam kuesioner ini. . Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas kesediaan dan partisipasi Bpk/Ibu/Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

I. Identitas Responden

- | | | |
|-----------------------|---|--|
| 1. Nama | : | |
| 2. Jenis Kelamin anda | : | ☐ Laki – laki ☐ Perempuan |
| 3. Usia | : | ☐ 18-20 tahun ☐ 21-30 tahun
☐ 31-40 tahun ☐ > 40 tahun |
| 4. Jenis Pekerjaan | : | ☐ Mahasiswa/Pelajar ☐ Karyawan
☐ Wirausaha ☐ Dan lain-lain. |

II. Petunjuk Pengisian

Dimohon dengan hormat, Bapak/Ibu/Saudara/I memberikan tanggapan/jawaban terhadap pernyataan di bawah ini dengan Check List (√) pada kolom yang tersedia.

Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-Ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Kompetensi Kewirausahaan (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<i>Opportunity Competencies</i>						
1	RM. Uda Sayang memiliki kompetensi peluang yang baik dan kreatif.					
2	Dalam usaha harus mampu memenangkan persaingan.					
<i>Strategi Competencies</i>						
1	Kompetensi strategi menjadi bagian terpenting dalam berwirausaha.					
2	Dengan kompetensi strategi peningkatan usaha dapat menjadi keunggulan usaha.					
<i>Sosial Competencies</i>						
1	RM. Uda sayang selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan.					
2	Kompetensi sosial diperlukan dalam memenangkan persaingan dalam usaha.					
<i>Conceptual Competencies</i>						
1	RM. Uda Sayang memiliki kompetensi konseptual dalam meningkatkan kebarhasilan usahanya.					
2	Dalam menjalankan usaha kompetensi kewirausahaan harus memiliki konsep yang jelas.					

Inovasi Produk (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Varian Produk						
1	RM. Uda Sayang menawarkan varian produk yang beragam.					
2	RM. Uda sayang menawarkan fitur baru pada varian produknya.					

Gaya					
1	Produk yang ditawarkan RM. Makan Uda Sayang memiliki kemasan yang menarik.				
2	Produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang berkualitas.				
Desain					
1	Desain produk yang ada pada RM. Uda sayang sangat bagus				
2	Desain produk yang ada pada RM. Uda Sayang berbeda dengan RM lain.				

Keunggulan Bersaing (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Keunikan Produk						
1	RM. Uda Sayang memiliki produk yang unik dapat dilihat dari segi rasa terdapat pada sambal yang menjadi ciri khas RM. Uda Sayang.					
2	Saya menyukai produk yang unik.					
Kualitas Produk						
1	RM. Uda Sayang menawarkan produk dengan kualitas yang baik.					
2	Saya selalu memilih produk yang berkualitas.					
Harga Bersaing						
1	Harga yang ditawarkan RM. Uda Sayang dapat bersaing dengan kompetitor.					
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang akan didapatkan konsumen.					

Lampiran 2: Tabulasi Data Uji Validitas dan Realibilitas

No	Kompetensi Kewirausahaan								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	5	5	5	5	5	5	5	1	36
2	3	4	3	3	3	3	4	2	25
3	2	2	2	2	2	2	2	1	15
4	5	5	5	5	5	5	2	2	34
5	1	1	4	1	4	1	2	1	15
6	5	5	5	5	5	5	3	2	35
7	4	4	4	4	4	4	5	1	30
8	3	1	5	3	5	3	1	2	23
9	5	5	5	5	5	5	5	3	38
10	1	5	1	1	1	1	3	1	14
11	4	5	5	4	5	4	5	1	33
12	3	3	5	3	5	3	3	2	27
13	4	5	2	1	2	1	4	1	20
14	4	4	5	4	5	4	5	2	33
15	4	4	4	4	4	4	5	5	34
16	2	2	5	2	5	2	4	2	24
17	5	5	5	5	5	5	5	3	38
18	3	2	5	3	5	3	2	1	24
19	2	2	2	2	2	2	4	1	17
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	2	2	5	2	5	2	4	4	26
22	2	1	4	2	1	2	3	2	17
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	1	5	2	4	2	1	3	3	21
25	4	1	2	4	2	4	5	3	25
26	5	5	5	5	5	5	5	3	38
27	2	2	5	2	5	2	2	2	22
28	2	2	5	2	5	2	3	3	24
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	3	5	5	5	5	1	4	33

Inovasi Produk						Total
X1.2	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
4	1	3	5	1	2	16
3	1	3	4	1	1	13
3	1	3	2	1	1	11
3	1	4	5	1	1	15
5	2	5	4	2	1	19
3	2	3	2	2	1	13
4	2	4	4	2	1	17
5	2	5	5	2	2	21
5	2	5	5	2	5	24
5	1	5	1	1	5	18
5	3	5	5	3	3	24
5	5	5	5	5	5	30
5	2	5	3	2	4	21
3	2	3	2	2	1	13
5	2	4	4	2	1	18
5	4	4	5	4	1	23
5	5	4	2	5	1	22
5	5	2	5	5	4	26
4	3	3	4	3	1	18
2	3	2	2	3	2	14
3	4	5	5	4	2	23
2	1	3	1	1	2	10
3	4	4	5	4	2	22
3	2	3	2	2	1	13
2	1	3	2	1	1	10
5	1	5	1	1	1	14
3	1	5	1	1	5	16
3	1	4	1	2	1	12
4	1	3	1	2	1	12
1	1	2	1	5	1	11

Keunggulan Bersaing						Total
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	4	4	4	3	19
1	4	5	5	5	4	24
1	5	4	5	4	2	21

1	5	5	5	5	5	26
1	3	4	5	4	3	20
1	3	3	2	3	3	15
1	5	3	3	3	5	20
1	3	3	3	3	3	16
3	3	4	4	4	3	21
1	3	3	3	3	3	16
1	3	3	3	3	3	16
5	4	3	5	3	4	24
1	4	3	3	3	4	18
1	2	4	2	3	2	14
5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	27
5	4	3	5	3	4	24
2	4	3	3	3	4	19
5	5	3	5	3	5	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	5	4	5	26
5	5	4	5	4	5	28
3	4	4	3	4	4	22
5	4	5	3	5	4	26
2	4	4	4	4	4	22
4	2	2	3	2	2	15
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	4	26
4	3	5	4	5	3	24

Lampiran 3: Hasil Analisis Data Validitas Kompetensi Kewirausahaan

Correlations

[illegible]

TOT	Pearson	.895**	.641**	.657**	.903**	.696**	.924**	.550**	.596**	1
AL_X	Correlation									
1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.001	
	N	30	30	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 4: Hasil Analisis Data Realibilitas Kompetensi Kewirausahaan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.878	8

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Inovasi Produk

		Correlations						TOTAL_X
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	2
X2.1	Pearson Correlation	1	.372*	.605**	.435*	.121	.355	.703**
	Sig. (2-tailed)		.043	.000	.016	.523	.054	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.372*	1	.079	.513**	.845*	.210	.792**
	Sig. (2-tailed)	.043		.677	.004	.000	.266	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.605**	.079	1	.259	-.112	.435*	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000	.677		.167	.557	.016	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.435*	.513**	.259	1	.308	.157	.715**
	Sig. (2-tailed)	.016	.004	.167		.098	.408	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.121	.845**	-.112	.308	1	.103	.606**
	Sig. (2-tailed)	.523	.000	.557	.098		.590	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.355	.210	.435*	.157	.103	1	.570**
	Sig. (2-tailed)	.054	.266	.016	.408	.590		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.703**	.792**	.523**	.715**	.606*	.570*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.001	
	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 6: Hasil Analisis Data Realibilitas Inovasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	6

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keunggulan Bersaing

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.358	.230	.467**	.265	.448*	.705**
	Sig. (2-tailed)		.052	.222	.009	.157	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.358	1	.441*	.650**	.511**	.847**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.052		.015	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.230	.441*	1	.491**	.979**	.410*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.222	.015		.006	.000	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.467**	.650**	.491*	1	.558**	.531**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.006		.001	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.265	.511**	.979*	.558**	1	.474**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.157	.004	.000	.001		.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.448*	.847**	.410*	.531**	.474**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.024	.003	.008		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

TOTAL_Y	Pearson Correlation	.705**	.800**	.708*	.799**	.762**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.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 8: Hasil Analisis Data Realibilitas Keunggulan Bersaing

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	6

Lampiran 9: Tabulasi Angket Responden

No	Kompetensi Kewirausahaan						X1.7	X1.8	Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6			
1	5	5	5	2	5	5	5	4	36
2	3	2	4	3	5	5	2	3	27
3	2	4	4	5	5	5	5	5	35
4	5	5	3	2	5	5	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	4	5	4	4	4	4	35
7	5	5	4	5	4	4	2	2	31
8	5	5	3	5	3	2	5	4	32
9	3	3	2	5	4	4	5	4	30
10	4	4	5	5	5	5	5	2	35
11	4	4	3	2	4	5	5	5	32
12	3	2	2	3	2	2	2	2	18
13	5	5	3	5	4	5	4	5	36
14	5	5	5	2	5	5	4	5	36
15	4	3	4	5	5	5	3	3	32
16	4	4	4	5	5	5	4	3	34
17	4	4	4	2	5	5	5	2	31
18	2	2	2	3	5	4	4	4	26
19	3	2	2	5	2	2	2	5	23
20	1	2	3	5	3	3	4	2	23

21	3	4	4	3	2	2	5	4	27
22	2	2	2	2	3	2	5	3	21
23	2	1	2	2	3	2	5	4	21
24	2	1	2	5	5	3	5	5	28
25	2	3	4	3	5	5	5	2	29
26	3	2	5	2	2	2	2	2	20
27	5	5	4	5	5	5	3	2	34
28	4	4	3	3	4	4	2	4	28
29	4	5	5	4	4	4	3	2	31
30	2	4	3	5	3	3	3	5	28
31	4	5	4	4	4	4	5	4	34
32	4	3	3	4	5	4	5	2	30
33	4	4	4	5	5	5	2	5	34
34	4	4	4	5	4	4	5	2	32
35	3	2	5	4	2	5	4	2	27
36	3	2	2	4	2	2	4	2	21
37	5	5	3	5	5	5	3	2	33
38	1	2	5	5	3	2	4	5	27
39	5	5	4	5	3	4	5	5	36
40	4	5	3	4	5	5	5	5	36
41	5	3	2	5	5	4	2	2	28
42	2	2	2	5	2	5	3	2	23
43	4	5	5	5	5	5	4	5	38
44	5	5	5	5	3	5	5	5	38
45	4	5	3	5	1	5	5	2	30
46	3	2	4	5	3	2	3	4	26
47	5	5	5	3	5	4	5	5	37
48	2	3	5	2	4	4	5	5	30
49	5	5	2	5	3	2	5	5	32
50	2	3	3	5	5	4	5	5	32
51	2	2	5	3	3	5	5	4	29
52	3	5	2	2	1	3	1	2	19
53	4	4	5	5	5	2	3	5	33
54	3	5	5	5	5	5	5	5	38
55	5	5	3	5	3	5	5	5	36
56	3	2	3	2	5	5	3	5	28
57	4	5	5	5	2	5	5	5	36
58	5	5	5	3	2	5	5	5	35
59	3	5	3	2	5	4	3	2	27

60	4	5	3	3	5	2	4	3	29
61	3	5	3	1	5	3	3	3	26
62	4	3	5	4	5	2	4	3	30
63	5	2	2	5	5	2	5	5	31
64	3	2	3	3	5	2	3	3	24
65	4	5	2	1	3	3	4	2	24
66	4	3	3	5	2	5	4	5	31
67	5	2	5	4	2	2	5	4	29
68	5	3	5	4	5	5	5	4	36
69	4	5	4	1	5	4	4	5	32
70	5	4	5	5	2	4	5	5	35
71	5	5	5	4	3	3	5	5	35
72	5	3	5	5	5	4	5	5	37
73	3	4	2	2	5	4	2	2	24
74	4	5	4	5	3	5	4	5	35
75	5	2	5	1	3	4	5	5	30
76	4	5	4	5	2	5	4	5	34
77	3	5	2	3	5	2	3	3	26
78	4	5	4	4	3	5	5	5	35
79	3	5	5	5	2	2	5	5	32
80	5	5	5	5	5	4	5	5	39
81	4	2	4	5	5	5	4	4	33
82	4	4	5	5	4	4	4	5	35
83	4	5	4	4	5	4	5	5	36
84	5	5	5	4	4	4	4	4	35
85	5	4	4	5	5	5	5	5	38
86	5	3	5	4	5	5	5	5	37
87	5	5	5	5	5	5	2	5	37
88	5	4	4	4	4	4	2	3	30
89	4	5	4	4	4	4	5	4	34
90	5	3	5	5	5	5	5	5	38
91	5	5	5	5	5	2	5	5	37
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	4	2	4	5	4	4	5	5	33
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	4	5	4	5	5	5	4	4	36
96	4	5	5	3	5	3	4	3	32
97	4	4	4	2	5	3	4	5	31
98	5	4	2	2	2	5	5	4	29

99	4	2	4	3	2	3	1	2	21
100	4	2	4	5	5	4	4	4	32

Inovasi Produk						Total
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	2	5	4	25
5	5	5	3	2	5	25
2	3	5	5	4	3	22
2	5	5	4	3	2	21
5	5	4	3	4	5	26
5	5	4	2	3	2	21
2	3	2	2	2	2	13
3	2	4	4	3	5	21
5	3	5	5	5	3	26
4	5	4	3	4	4	24
4	4	2	4	2	1	17
4	5	4	5	5	4	27
2	3	5	5	4	3	22
3	4	5	2	2	1	17
5	5	5	3	5	5	28
3	2	5	5	2	1	18
5	5	5	5	5	5	30
3	2	2	5	2	5	19
3	2	3	5	2	5	20
5	4	2	3	5	4	23
5	4	3	3	5	4	24
4	5	3	5	5	4	26
3	2	5	5	2	4	21
2	2	5	3	2	4	18
5	5	2	3	5	2	22
5	4	5	3	5	4	26
2	2	4	5	2	2	17
4	5	4	2	4	5	24
2	4	3	3	2	4	18
3	2	4	2	2	1	14
5	5	5	3	5	5	28
2	4	5	2	5	2	20

3	2	4	3	2	1	15
3	3	2	5	3	3	19
2	3	2	4	2	5	18
3	2	5	3	2	5	20
2	2	3	5	5	3	20
4	5	3	3	5	4	24
4	5	5	3	5	4	26
3	2	5	4	5	2	21
5	5	5	2	5	5	27
5	5	5	3	5	5	28
5	4	5	3	4	5	26
4	5	5	2	5	5	26
4	5	2	3	5	4	23
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	2	5	4	24
2	3	2	5	2	2	16
4	5	4	2	5	4	24
4	5	5	5	5	4	28
4	5	3	3	5	4	24
3	5	2	1	5	1	17
5	5	5	5	5	5	30
2	2	5	2	5	5	21
5	4	5	5	5	4	28
2	2	5	5	2	5	21
2	2	5	5	2	5	21
4	5	4	3	5	4	25
5	4	2	4	5	4	24
4	5	3	4	5	4	25
5	4	2	3	5	4	23
4	5	2	5	5	4	25
5	5	2	5	5	5	27
4	5	3	4	4	5	25
3	2	5	4	5	5	24
5	5	2	4	5	2	23
4	4	5	2	5	4	24
4	5	4	3	4	5	25
2	3	4	5	2	2	18
5	2	3	3	5	4	22
5	5	4	5	5	5	29

4	5	4	2	5	5	25
2	2	5	2	5	5	21
3	2	4	2	5	5	21
3	3	5	3	5	4	23
5	3	2	5	5	3	23
4	3	5	4	5	4	25
5	5	2	4	2	5	23
5	5	4	2	4	5	25
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	2	4	22
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	4	5	5	29
5	5	4	3	3	5	25
5	5	5	3	2	5	25
5	5	5	5	5	5	30
4	2	5	1	5	4	21
4	4	5	5	5	4	27
5	5	5	4	5	5	29
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	2	4	5	26
5	3	4	4	2	4	22
5	5	5	5	3	5	28
5	5	5	4	2	5	26
4	4	5	4	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	2	3	5	24
5	5	5	2	5	5	27
5	5	5	2	2	5	24

Keunggulan Bersaing						Total
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
5	5	5	5	5	4	29
4	5	2	2	5	5	23
4	5	3	2	5	2	21
5	3	5	5	5	4	27
2	2	4	3	2	3	16
5	2	3	4	4	4	22
5	5	2	5	4	5	26

3	3	2	2	3	2	15
2	2	4	2	4	2	16
5	3	5	5	5	5	28
2	5	3	5	4	4	23
5	4	4	5	2	2	22
5	5	5	5	4	5	29
5	3	5	5	5	4	27
5	4	2	5	5	2	23
5	5	3	3	5	5	26
5	2	5	5	5	2	24
3	5	5	3	5	5	26
5	2	5	3	2	2	19
5	2	5	3	3	2	20
1	5	3	2	3	5	19
5	4	3	4	3	5	24
5	5	5	4	3	5	27
5	2	5	4	5	2	23
5	2	3	5	5	2	22
2	5	3	2	2	5	19
2	4	3	5	5	5	24
5	2	5	3	4	2	21
5	5	2	5	4	4	25
5	4	3	2	3	2	19
3	2	2	2	4	2	15
5	5	3	3	5	5	26
5	4	2	2	5	5	23
5	2	3	5	4	2	21
5	3	5	2	2	3	20
5	3	4	3	2	2	19
5	2	3	4	5	2	21
2	2	5	5	3	2	19
5	5	3	5	3	5	26
5	5	3	4	5	5	27
5	2	4	5	2	2	20
5	5	2	2	2	5	21
5	5	3	5	5	5	28
5	4	3	2	4	4	22
5	5	5	4	4	5	28
5	5	3	2	5	5	25

5	2	4	5	4	5	25
4	5	2	2	2	5	20
4	2	2	2	3	2	15
5	5	2	5	1	5	23
3	5	4	2	5	4	23
4	2	2	2	2	2	14
3	2	2	2	2	5	16
3	5	4	5	4	5	26
2	2	5	5	5	5	24
3	3	2	3	2	4	17
4	3	5	5	5	5	27
5	2	2	3	5	5	22
5	2	2	1	2	5	17
5	4	4	5	4	4	26
5	5	4	2	3	5	24
4	4	2	5	4	2	21
4	5	5	3	5	5	27
5	5	1	1	5	5	22
4	5	2	5	2	3	21
4	2	5	4	3	2	20
5	5	2	4	5	5	26
5	4	5	5	4	4	27
4	5	2	5	5	2	23
5	3	2	4	5	5	24
4	2	5	4	5	2	22
5	5	5	5	3	5	28
3	5	5	5	2	4	24
4	3	2	5	2	3	19
3	3	2	4	5	4	21
2	4	5	5	3	4	23
5	5	5	5	2	5	27
4	5	5	5	3	4	26
5	4	5	5	5	4	28
5	5	5	5	4	5	29
3	3	5	5	5	4	25
4	5	2	5	5	4	25
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	4	5	5	26
5	5	2	5	3	5	25

5	5	4	5	2	5	26
5	5	5	5	2	5	27
4	4	3	4	2	4	21
4	4	2	4	4	4	22
5	5	5	5	4	5	29
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	2	5	27
4	4	5	4	2	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	5	26
5	5	2	5	5	2	24
5	5	3	5	5	5	28
4	4	2	4	4	2	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	2	4	4	3	21

Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642 ^a	.412	.400	2.961

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kompetensi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 11 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	596.204	2	298.102	33.997	.000 ^b
	Residual	850.546	97	8.769		
	Total	1446.750	99			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kompetensi Kewirausahaan

Lampiran 12 Hasil Uji t

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.734	2.363		2.004	.048		
Kompetensi Kewirausahaan	.185	.059	.250	3.140	.002	.954	1.049
Inovasi Produk	.545	.081	.540	6.768	.000	.954	1.049

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 13 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.93110488
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.037
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
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 14 Kontribusi Variabel

Correlations

		Kompetensi Kewirausahaan	Inovasi Produk	Keunggulan Bersaing
Kompetensi Kewirausahaan	Pearson Correlation	1	.216*	.367**
	Sig. (2-tailed)		.031	.000
	N	100	100	100
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.216*	1	.594**
	Sig. (2-tailed)	.031		.000
	N	100	100	100
Keunggulan Bersaing	Pearson Correlation	.367**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

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

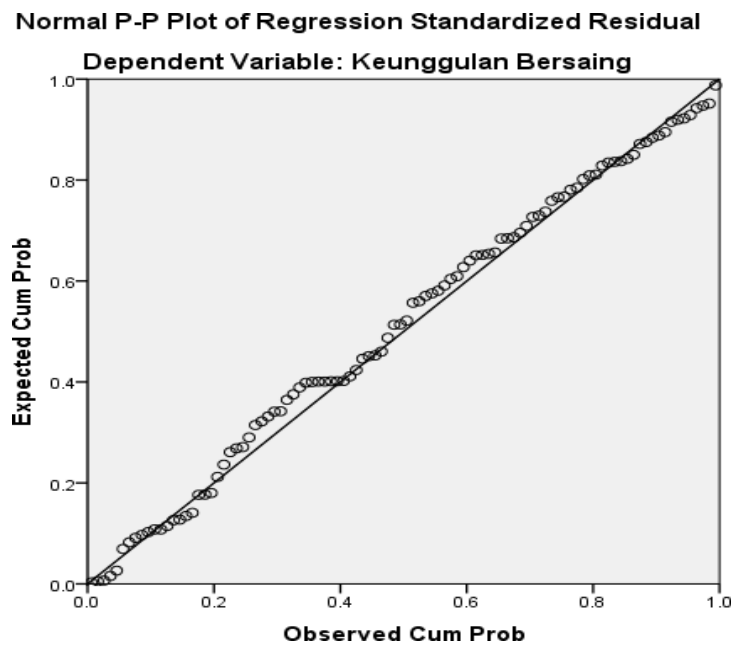
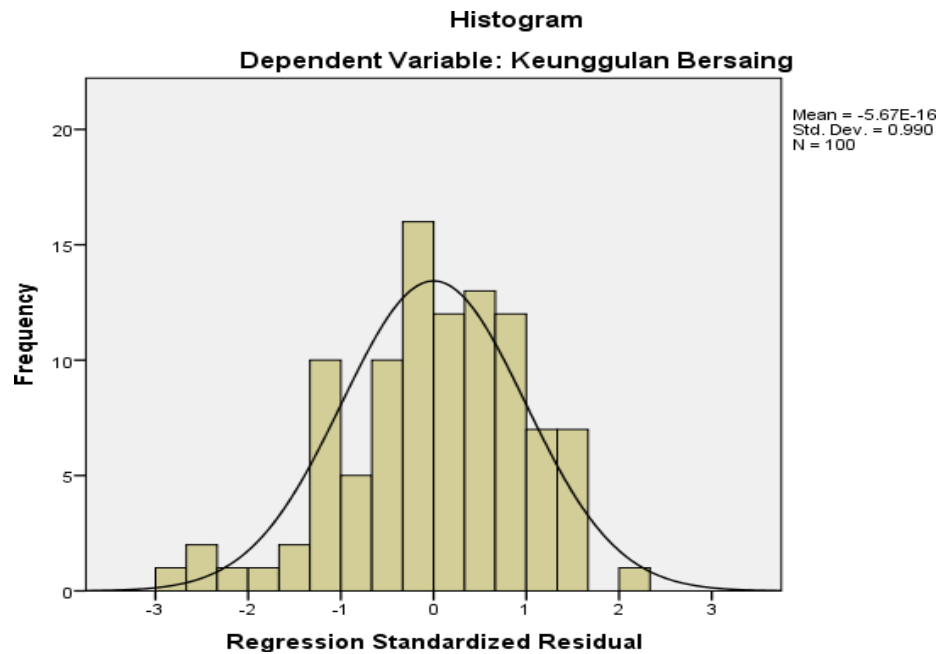
Kontribusi variabel X1 terhadap Y= Koefisien standardized x koefisien kolerasinya

$$\text{Kontribusi X1} = 0.250 \times 0.367 = 0.09175$$

$$\text{Kontribusi X2} = 0.540 \times 0.594 = 0.32076$$

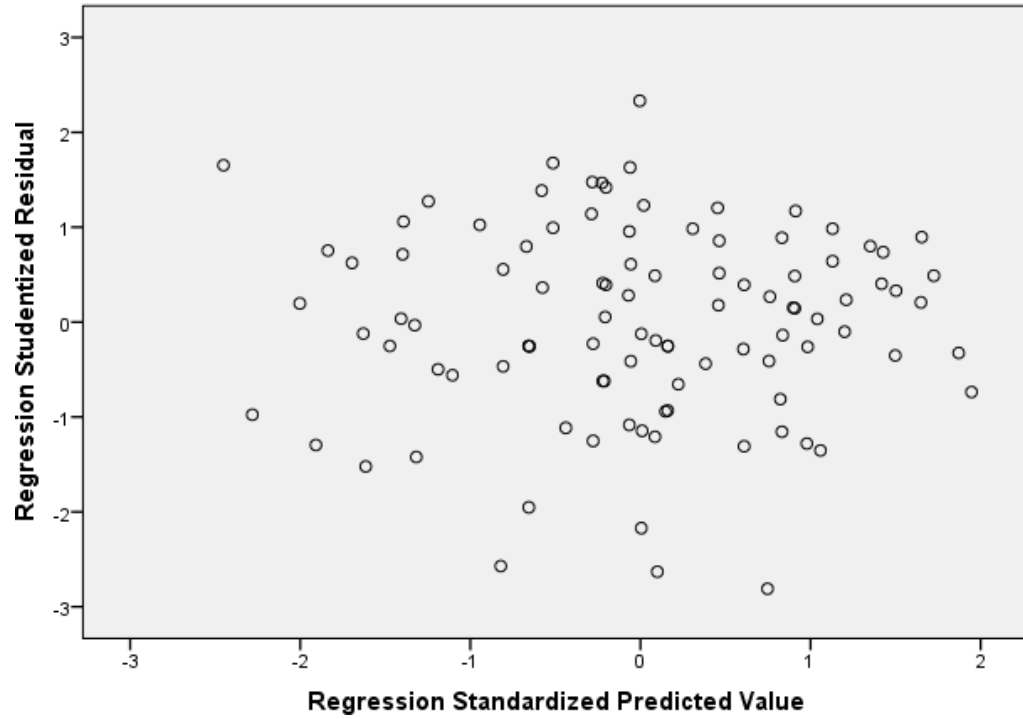
$$\text{Total} = 0.41251 \text{ (Sama dengan besar Rsquare)}$$

Lampiran 15 Hasil Uji Normalitas



Scatterplot

Dependent Variable: Keunggulan Bersaing





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, 30 Januari 2024

Nomor: 705/R/STIE-EP/I/2024
Lamp. : ----
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Rumah Makan Uda Sayang
Di-
Tempat

Dengan hormat,

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

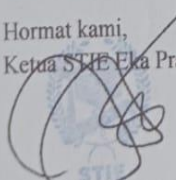
Nama	: Devica L.M Panggabean
NIM	: 201010207
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi Kasus di RM. Uda Sayang)

Untuk mengadakan peninjauan ke Rumah Makan Uda Sayang 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



RUMAH MAKAN "UDA SAYANG"

Jalan Pusat Pasar No.151, Pusat Pasar
Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera
Utara 20212.
No.Hp : 0853 6126 7943

Hal : Balasan Surat Permohonan Izin Observasi

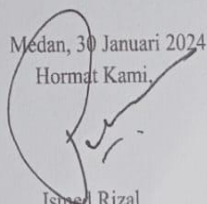
Kepada Yth.
STIE Eka Prasetya
Jalan Merapi No. 8
Medan

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan surat Permohonan Izin Observasi untuk bahan penulisan
Tugas Akhir Mahasiswa/i atas nama :
Nama : Devica L.M Panggabean
NIM : 201010207
Semester : VII
Program Studi : Manajemen (S1)

dapat kami terima untuk melakukan Observasi di RM. Uda Sayang sebagai syarat
penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i dengan judul yang diteliti adalah :
**"Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap
Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kuliner Kelurahan Pusat Pasar (Studi
Kasus di RM. Uda Sayang)".**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerja samanya, kami
mengucapkan terima kasih.

Medan, 30 Januari 2024
Hormat Kami,


Ismed Rizal



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : DEVICA L.M PANGGABEAN
NIM : 201010207
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Senin, 07 Februari 2023	SHINTA JUDUL PROPOSAL : ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA E-COMMERCE RADATIME.	191010065	}
2.	Senin, 07 Februari 2023	DEWANTA RAY TANDIKA JUDUL PROPOSAL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PT. MESTIKA SAKTI	191010045	
3.	Senin, 07 Februari 2023	LYLY MARCHELY JUDUL PROPOSAL : PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN PT. DWI KARYA JL. YOS SUDARSO	191010064	
4.	Selasa 30 Jan 2024	PUTRI TANIA ANGELINA GEA JUDUL PROPOSAL : ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP LOYALITAS PASIEN PADA SANKS DENTAL CLINIC MEDAN.	201010148	}
5.	Selasa 30 Jan 2024	Jerycho Tahiri JUDUL PROPOSAL : ANALISIS HUBUNGAN SOSIAL MEDIA INFLUENCER dan CITRASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AYAM KREMES PEMABANAN MEDAN.	201010105	
6.	Selasa 30 Jan 2024	FENNY JUDUL PROPOSAL : ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. TAO SAMUDRA JAYA MEDAN DITINJAU DARI KUALITAS INFORMASI DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING	201010097	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain MINIMAL 5 KALI

Medan, ...20....
Ketua STIE Eka Prasetya

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



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : DEVICA L.M. PANGGABEAN

NIM : 201010207

Kelas : KEWIRAUSAHAAN A

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0813-6154-2201 Email: panggabeandevico@gmail.com

Alamat Tinggal: Dusun 1 LUMBAN SJAGAT

Nama Dosen Pembimbing 1:
Dedy Lazuardi, SE, M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:
Elisabeth Nainggadan, S.pd., M.Sc.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	10 Sept 2023	Penyerahan Judul (zoom)	
2	17 Okt 2023	Pengajuan Judul dan ACC	
3	20 Nov 2023	Bimbingan Bab 1	
4	5 Jan 2024	Revisi Bab 1, Bimbingan Bab. II - III	
5	15 Jan 2024	Revisi Penulisan sumber pada Tabel Definisi	
6		Operasional, Penambahan Jurnal inter dan penomoran.	
7		Ace sempro	
8			
9	02-04-24	Bimbingan Bab 4-5	
10	03-04-24	Bimbingan Bab 4-5, Revisi	
11	06-05-24	Bimbingan Bab 4-5 revisi lanjut	
12		Bimbingan Bab 4-5	
13	07-05-24	Ace -	
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG

No	Tanggal	Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : DEVICA L.M. PANGGABEAN

NIM : 201010207

Kelas : KEWIRAUSAHAAN A

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0813-6154-2201 Email: panggabeandevica@gmail.com

Alamat Tinggal: DUSUN 1 LUMBAN SIJAGAT

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dedy Lazuardi, SE, M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	22/11/2023	Penulisan Layout	
2	13/12/23	Konsultasi Indikator, Definisi	
3	19/12/23	Revisi Bab I	
4	08/01/24	Revisi Bab I, Bimbingan Indikator Bab II	
5	11/01/24	Bimbingan Bab II dan bimbingan Bab III	
6		Revisi layout dan pen dan penulisan persamaan	
7		revisi linear berganda	
8		ACC Sempurna	
9	03/04/24	Bimbingan bab IV & V	
10	26/04/24	Bimbingan bab 4 dan 5	
11	03/05/24	Bimbingan bab 4 dan 5	
12	06/05/24	ACC Sidang	
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	: Devica L.M Panggabean
Tempat/Tanggal Lahir	: Tapian Nauli, 05 Juli 2002
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Dusun I. Lumban Sijagat
Alamat E-mail	: panggabeandevica@gmail.com
Agama	: Kristen
Status	: Belum Menikah
Handphone (HP)	0813 6154 2201

RIWAYAT PENDIDIKAN

2008 - 2014	: SD Negeri 173142 Tapian Nauli
2014 - 2017	: SMP Negeri 5 Sipoholon
2017 - 2020	: SMA Negeri 1 Sipoholon
2020 - 2024	: STIE Eka Prasetya Medan

DATA ORANG TUA

Nama Ayah	: Heryanto Panggabean
Pekerjaan	: Petani
No. Handphone	0813 6184 3983
Alamat	: Dusun I. Lumban Sijagat
Nama Ibu	: Rotua Hutaaruk
Pekerjaan	: Ibu Rumah Tangga
No. Handphone	0813 6184 3983
Alamat	: Dusun I. Lumban Sijagat

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 15 Juni 2024
Penulis

Devica L.M Panggabean
201010207