

## **STRATEGI *RESOURCE-BASED* DAN INOVASI DENGAN PENDEKATAN BIAYA DAUR HIDUP PRODUK DALAM UPAYA MENCAPAI KEUNGGULAN DAYA SAING PADA UKM DI SURABAYA**

**Myra Kamila**

Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra Surabaya

[mkamila01@student.ciputra.ac.id](mailto:mkamila01@student.ciputra.ac.id)

**Abstract:** *The development of the SME industry in East Java is considered very fast and has increasingly fierce competition. This is evidenced by the number of new SMEs that have sprung up. The impact that occurs due to the number of new SMEs that has emerged is a problem in the trade industry, namely the similarity of the products offered and the very tight product innovation. The current situation requires SMEs to be more competitive in trade competition. In the trade competition, SMEs are required to continue to develop innovations from the products offered. In conducting product innovation, many supporting factors are needed, one of which is funds that can be used as capital. The purpose of this study was to study the effect of human resources and job satisfaction on employee performance. The method begins with: The purpose of this research is to study the effect of resource based and innovation on the competitive advantage of UKm in Surabaya. Conducted in this study using quantitative methods with simple regression research methods. The population used was 200 SME Respondents in Surabaya . The results showed that resource based and life cycle cost innovation strategies had an effect on the competitive advantage of SMEs in Surabaya*

**Keywords:** *strategy resource based, innovation, competitive advantages*

**Abstrak:** Perkembangan industri UKM di Jawa Timur dinilai sangat pesat dan memiliki persaingan semakin ketat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya UKM baru yang bermunculan. Dampak yang terjadi akibat dari banyaknya UKM baru yang muncul terjadi suatu permasalahan dalam industri perdagangan yaitu kesamaan produk yang ditawarkan dan inovasi pada produk sangat ketat. Keadaan yang terjadi saat ini menuntut para UKM untuk lebih bersaing dalam persaingan perdagangan. Dalam persaingan perdagangan pelaku UKM dituntut untuk terus mengembangkan inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan. Dalam melakukan inovasi produk dibutuhkan banyak faktor pendukung, salah satunya adalah dana yang dapat digunakan sebagai modal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari pengaruh sumberdaya manusia dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan. Metode dimulai dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari pengaruh *resource based* dan inovasi pada keunggulan daya saing UKM di Surabaya. Dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode penelitian regresi sederhana. Populasi yang digunakan adalah 200 Responden Ukm di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *resource based* dan inovasi biaya daur hidup berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Ukm di Surabaya

**Kata kunci:** *Strategi resource based, inovasi, keunggulan bersaing*

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri UKM di Jawa Timur dinilai sangat pesat dan memiliki persaingan semakin ketat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya UKM baru yang bermunculan (Wirdati, 2020). Dampak yang terjadi akibat dari banyaknya UKM baru yang muncul terjadi suatu permasalahan dalam industri perdagangan yaitu kesamaan produk yang ditawarkan dan inovasi pada produk sangat ketat. Keadaan yang terjadi saat ini menuntut para UKM untuk lebih bersaing dalam persaingan perdagangan. Dalam persaingan perdagangan pelaku UKM dituntut untuk terus mengembangkan inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan (Tricahyadinata, 2020). Dalam melakukan inovasi produk dibutuhkan banyak faktor pendukung, salah satunya adalah dana yang dapat digunakan sebagai modal (Sasono & Rahmi, 2014). Modal yang cukup besar sering kali didapatkan dari pinjaman perbankan (Rizal, Maulina & Kostini 2019). Dukungan perbankan terhadap pengembangan UKM ditunjukkan oleh pemerintah, misalnya dengan menurunkan tarif pajak PPh final UMKM dari 1 persen menjadi 0,5 persen di tahun 2019 dengan harapan diskon PPh final setengah persen ada peluang dari keuntungan yang dapat digunakan untuk ekspansi usaha, percepatan perizinan usaha dengan perkembangan teknologi, bekerjasama dengan perbankan dengan pinjaman bunga yang rendah untuk modal usaha, mengadakan program pembinaan usaha, dan membantu memperluas akses pasar di *marketplace* maupun *marketspace* (Safrina & Noor, 2018). Salah satu strategi yang digunakan adalah strategi *resource based views*. Strategi *resource based views* menekankan bahwa organisasi akan memiliki keunggulan bersaing ketika memiliki sumberdaya yang bernilai, unik, dan sulit untuk ditiru (Fajri & Fahmi, 2017).

Strategi *resource-based* dan inovasi akan berdampak pada kestabilan berjalannya suatu UKM. Terdapat 6 faktor *resource-based* dan Inovasi, antara lain adalah sumber daya keuangan, sumber daya manusia, sumber daya teknologi, sumber daya fisik, inovasi produk, dan sumber internal (Prasetyo, 2008). Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik dan memutuskan untuk mengangkat judul “Strategi *Resource-Based* dan Inovasi dengan Pendekatan Biaya Daur Hidup Produk dalam Upaya Mencapai Keunggulan Daya Saing pada UKM di Surabaya.”

## KAJIAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### *Resource based*

Strategi *Resource based* merupakan teori strategi yang mendefinisikan kinerja perusahaan dapat berjalan secara optimal apabila perusahaan memiliki keunggulan yang kompetitif. Keunggulan kompetitif merupakan suatu kemampuan yang dimiliki oleh setiap perusahaan namun tidak dapat diikuti oleh pesaing. Keunggulan kompetitif diperoleh dengan cara memanfaatkan dan mengelola suatu sumber daya yang dimiliki setiap perusahaan dengan baik. Sumber daya adalah asset yang dimiliki dan yang dipergunakan oleh perusahaan. Asset yang dimiliki perusahaan dapat bentuk materi, kemampuan pekerja, ilmu teknologi, organisasional, informasi berharga, dan semua bentuk yang dapat meningkatkan kualitas perusahaan. Adapun penjelasan yang diperoleh Gagasan Mosakowski (1998) yang dikutip dari jurnal aplikasi manajemen universitas brawijaya yang ditulis oleh Darojatin (2016) yaitu setiap strategi usaha perusahaan yang menggunakan sumber daya internal sebagai strategi dalam perusahaannya untuk menghadapi keberhasilan dalam proses pembuatan produk, harus semakin dikembangkan bagi keseluruhan di segala sektor usaha

#### Strategi Inovasi

Usaha manufaktur harus mengembangkan strategi inovasi formal dan menyeluruh, yaitu dengan cara strategi menetapkan tujuan-tujuan bagaimana menjalankan suatu usaha dengan menerapkan inovasi melalui pengetahuan dan fokus atas produk yang dihasilkan, hal tersebut bertujuan bagi perusahaan agar memiliki kemampuan menggambarkan bagian-bagian dan cara menciptakan peluang suatu usaha melalui keunggulan daya saing yang mampu meningkatkan nilai konsumen dengan biaya yang sama atau biaya yang lebih rendah apabila dibandingkan dengan pesaing (Drucker, 2018). Dalam suatu kajian empiris, terdapat pendapat dari Butler (2015) yang berpendapat bahwa suatu strategi inovasi melalui daur hidup suatu produk akan melekat pada tiga tahap, yaitu; pertama yakni pengetahuan keseluruhan tahap, kedua pengembangan, ketiga ketergantungan teknologi dan keinginan pemakai yang diharapkan dari teknologi, serta tingkat investasi pada inovasi

### Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini adalah Widjajanti, Sugiyarto, & Marka (2016) dimana metode yang digunakan adalah menggunakan metode regresi linier berganda dengan *software* Eviews. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua para pelaku UKM di Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan teknik sampling dengan menggunakan metode *slovin*. Alat analisis yang digunakan adalah berupa kuisioner. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman suatu usaha, diversifikasi produk dan teknologi tidak mempengaruhi pada kinerja penjualan. Sedangkan modal pinjaman memiliki dampak negatif signifikan yang berarti modal pinjaman berpengaruh terhadap kinerja penjualan. Semakin tinggi modal pinjaman yang digunakan oleh para pelaku usaha kecil dan menengah, maka semakin rendah juga kinerja penjualan yang akan dihasilkan. Selanjutnya, pada hasil penelitian ini juga menunjukkan pada wilayah pemasaran yang dimiliki oleh para pelaku usaha yang berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan. Semakin luas wilayah pemasaran sebuah usaha, semakin tinggi pula kinerja yang dapat dihasilkan. Selain itu, metode penelitian yang dilakukan oleh Sugiono (2018) adalah menggunakan metode kajian pustaka. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah UMKM di Jawa Barat. Teknik sampling menggunakan metode *simple random sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah berupa kuisioner. Hasil dari metode penelitian menunjukkan bahwa model *strategic management* keluar dari pendekatan modern dalam suatu evolusi perkembangan dari teori organisasi. Sebagai konsekuensinya, model *strategic management* ini harus menempatkan keseimbangan antara kekuatan internal *resource-based view* dalam suatu perusahaan dan eksternal *market based view* dari sebuah organisasi dalam menggambarkan strategi suatu perusahaan. Sedangkan pada *resource based view*, dikeluarkan melalui beberapa konsep dasar yang dikembangkan oleh para pemikir ekonom klasik. Pada penelitian ini diperlukan kajian lebih lanjut yang bersifat teoritis dan empiris tentang tinjauan kritis sebuah model *strategic management* di tengah dinamika sekeliling lingkungan yang semakin disrupsi.

### Hubungan Antar Variabel

#### Hubungan strategi *Resourced-Based* terhadap daya saing

Berdasarkan dari hasil analisis regresi berganda menurut Prasetyo (2016) dapat diketahui bahwa strategi *resource-based* (yaitu sumber daya keuangan, sumber daya fisik, sumber daya teknologi dan sumber daya manusia) dengan pendekatan biaya daur hidup produk secara simultan mampu untuk mencapai keunggulan daya saing sebuah produk dalam seluruh sektor UKM di Jawa Timur. Secara parsial, terdapat tiga variabel yang mampu menjadi kekuatan yang mendukung pencapaian keunggulan daya saing suatu produk yaitu sumber daya keuangan, inovasi produk, dan sumber internal. Dalam hal ini terjadi perbedaan hasil perhitungan, menurut hasil perhitungan statistik hanya ada tiga variabel, namun ketiga variabel lainnya tetap diperhatikan oleh UKM disegala sektor, hal tersebut dikarenakan oleh hal yang paling mendasar atas pelaksanaan strategi, yakni keterkaitan antar keseluruhan suatu dimensi harus saling mendukung dan memperkuat. Strategi *resource-Based* dapat dilakukan oleh para pelaku UKM sebagai pondasi untuk melakukan daya saing terhadap kompetitor (Hero, 2016). Pengembangan strategi *resource-based* dapat menghasilkan dan memberikan kontribusi yang baik dan tepat bagi para pelaku UKM di Jawa Timur, untuk menumbuhkan sifat kesadaran akan pentingnya konsep strategi bersaing pada UKM Jawa Timur yang bersumber dari internal sehingga dengan keunggulan daya saing produk usahanya tersebut akan dapat dicapai dengan mudah dan dipertahankan secara berkesinambungan atas dasar kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Prasetyo, 2016).

**H<sub>1</sub>: Strategi *Resource-based* berpengaruh terhadap daya saing UKM**

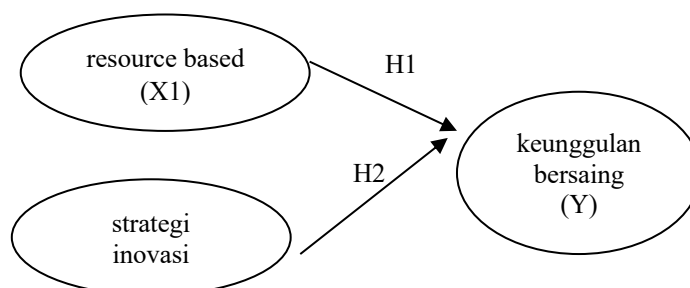
#### Hubungan strategi inovasi terhadap daya saing

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda menurut Prasetyo (2016) diketahui bahwa suatu strategi inovasi (yaitu pada inovasi produk dan sumber internal perusahaan) melalui pendekatan biaya daur hidup produk secara simultan mampu untuk mencapai keunggulan daya saing suatu produk bagi UKM di sektor manufaktur di Jawa Timur. Namun secara parsial hanya terdapat tiga variabel yang dapat mendukung dan menunjang tercapainya keunggulan daya saing suatu produk yaitu sumber daya keuangan, inovasi produk, dan sumber internal. Inovasi menjadi cara penting untuk menciptakan kinerja bisnis yang baik terutama dalam indikator selalu mencari ide yang baru tentang sebuah produk dan proses cara menghasilkan produk baru dengan ide yang sudah ada, karena kedua indikator tersebut dinilai paling sederhana dan mudah untuk direalisasikan (Quantananda & Haryadi, 2015). Hasil penelitian Muchlas (2015) membuktikan bahwa strategi inovasi sebagai hipotesis pertama (H<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap daya saing UKM di Kota Batu,

karena inovasi terbukti menjadi salah satu indikator utama bagi UKM agro industry untuk meningkatkan daya saing.

**H<sub>2</sub>: Strategi inovasi berpengaruh terhadap daya saing UKM.**

**Gambar 1. Kerangka Konseptual**



## METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui atau mengukur strategi *resource based* dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UKM di Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden yang merupakan pedagang ukm di Surabaya. Penentuan populasi berdasarkan jumlah UKM yang ada di Surabaya maka dapat disimpulkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 200 responden. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan kumpulan data dari hasil observasi atau pengukuran yang disajikan dalam angka dan menggunakan data primer. Data primer adalah data yang belum pernah diolah untuk kepentingan tertentu, Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara responden yang merupakan karyawan perusahaan. Selain itu, data primer diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada reponden melalui google forms. Setelah itu penelitian ini diolah menggunakan metode analisis regresi berganda dengan software SPSS. Penelitian ini menggunakan strategi *resource based* (x1) dan inovasi sebagai (x2) sebagai variabel bebas dan keunggulan bersaing sebagai variabel terikat (Y).

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

#### Strategi *Resource based*

**Tabel 1. Distribusi Tanggapan Responden Variabel strategi *resource based***

Indikator		Mean	Std. Deviasi
X11	Pendapatan kotor yang didapat dari bisnis saya, mampu mencukupi biaya operasional dan kehidupan sehari - hari	3.50	0.839
X12	Bisnis yang saya miliki memiliki kelebihan khusus yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain	3.50	0.909
X13	Pada area sekitar, terdapat banyak kompetitor dengan model bisnis yang serupa dengan yang saya miliki	3.74	1.046
X14	Saya telah puas dengan <i>resource based</i> sumber daya manusia yang saya miliki	3.68	0.683
Total Mean		3.66	0.910

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari ketujuh indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel strategi *resource based*, rata-rata konsumen setuju bahwa strategi *resource based* dari UKM surabaya memiliki pendapatan yang cukup, kelebihan kompetitif kompetitor yang sengit dan strategi *resource based* sumber daya manusia yang baik. Total mean sebesar 3.66 menunjukkan bahwa rata-rata konsumen merasa

bahwa strategi *resource based* UKM surabaya berada pada kategori “baik”. Namun demikian, nilai total rata-rata standar deviasi sebesar 0.910 (24.86% total *mean*) menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan memiliki persepsi yang berbeda tentang strategi *resource based*.

### Strategi inovasi

**Tabel 2. Distribusi tanggapan responden variabel kepuasan kerja**

Indikator		Mean	Std. Deviasi
X21	Saya seringkali melakukan inovasi yang dapat memudahkan proses produksi	3.68	0.978
X22	Inovasi yang saya lakukan dalam proses produksi mampu mengurangi biaya operasional dari bisnis saya	3.66	0.917
X23	Setiap produk yang saya miliki, selalu memperhatikan mutu dan efektifitas biaya	3.48	0.735
X24	Setiap karyawan yang saya miliki, selalu mempertahankan keunggulan kompetitif produk	3,22	0,618
X25	Saya selalu melakukan inovasi yang dapat meningkatkan RESOURCE BASED produk	3,71	0,784
Total Mean		3.55	0.806

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari kelima indikator yang digunakan untuk menjelaskan inovasi ukm surabaya, rata-rata responden setuju bahwa inovasi yang dilakukan mengurangi biaya, setiap produk memiliki mutu dan efektifitas biaya, karyawan mempertahankan keunggulan kompetitif, dan peningkatan inovasi untuk meningkatkan resource based produk. total mean sebesar 3.55 menunjukkan bahwa rata-rata konsumen merasa bahwa inovasi berada pada kategori “baik”. namun demikian, nilai total rata-rata standar deviasi sebesar 0.806 (24.29% total *mean*) menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan memiliki persepsi yang berbeda tentang inovasi.

### Keunggulan bersaing

**Tabel 3. Analisis Deskriptif Variabel Keunggulan bersaing**

Indikator		Mean	Std. Deviasi
Y1	Saya telah merasakan dampak kebijakan pemerintah yang mampu memajukan bisnis yang saya miliki	3.62	0.696
Y2	Saya memiliki kemampuan manajerial yang bagus	3.94	0.890
Y3	Saya melakukan komputerisasi pada proses kerja yang terjadi	3.94	1.150
Y4	Saya memanfaatkan bantuan internet untuk mendapatkan tingkat penjualan yang lebih tinggi	3.78	0.840
Total Mean		3.82	0.894

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari keempat indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel keunggulan daya saing ukm Surabaya, rata-rata konsumen setuju bahwa para ukm telah memiliki keunggulan bersaing saat ini, kebijakan pemerintah telah membantu memajukan, komputerisasi telah dilakukan, bantuan internet telah membuat peningkatan penjualan. Total mean sebesar 3.82 menunjukkan bahwa rata-rata konsumen memiliki kecenderungan yang “tinggi” untuk keunggulan bersaing UMM. Namun demikian, nilai total rata-rata standar deviasi sebesar 0.894 (23.40% total *mean*) menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan memiliki persepsi yang berbeda tentang keunggulan daya saing.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Indikator	Signifikansi <i>Pearson</i>	<i>Cronbach Alpha</i>
Resource based (X1)	X11	0.000	0.911
	X12	0.000	
	X13	0.000	
	X14	0.000	
Inovasi (X2)	X21	0.000	0.852
	X22	0.000	
	X23	0.000	
	X24	0.000	
	X25	0.000	
Keunggulan bersaing (Y)	Y1	0.000	0.878
	Y2	0.000	
	Y3	0.000	
	Y4	0.000	

Peneliti melakukan uji validitas instrumen dan reliabilitas terlebih dahulu. Berdasarkan hasil uji validitas yang ditampilkan pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa semua indikator telah valid karena seluruh indikator memiliki nilai signifikansi 0.000. Sedangkan uji reliabilitas diukur dengan menggunakan metode Alpha Cronbach's. Data dianggap reliabel apabila Cronbach's Alpha menunjukkan nilai 0 sampai 1. Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha customer engagement dan keputusan pembelian berada di skala 0 sampai 1. Maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner yang digunakan reliabel.

#### Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

	Unstandardized residual	Kesimpulan
Asymp.Sig (2tailed)	0.715	Berdistribusi normal

Pada analisis didapatkan bahwa nilai Asymp. Sig bernilai 0,2. Maka dapat disimpulkan bahwa populasi data berdistribusi normal. Hasil pengujian pada tabel 5 menunjukkan nilai signifikansi pada kedua persamaan sudah lebih besar dari 0,05. Ini berarti kedua model uji sudah memenuhi asumsi normalitas data.

##### b. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig
Price	.635
Personal selling	.334

Berdasarkan model regresi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, karena memiliki signifikansi 2 tailed > 0.05. Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa dengan unstandardized residual memiliki nilai signifikansi (sig 2-tailed) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

##### c. Uji Multikolinearitas

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Resource Based	.996	1,004
	Inovasi	.996	1,004
a. Dependent Variable: Competitive Advantages			

Tabel 7 menunjukkan nilai VIF dari variabel RESOURCE BASED produk dan INOVASI adalah sebesar  $1,004 < 10$ , sehingga model regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas.

### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 8. Analisis Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	3.943	0.259	
	Resource based	0.519	0.135	0.496
	Inovasi	0.809	0.130	0.431
a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing				

Berdasarkan hasil persamaan regresi sederhana maka dapat dijelaskan arti dari variabel keputusan pembelian dan price, personal selling, sebagai berikut:

$$Y = 3,943 + 0,518X_1 + 0,809X_2$$

Keterangan:

Y = Daya saing yang dimiliki UMKM

$\alpha$  = konstanta

X = variabel terikat

$\beta_1$  = koefisien regresi *resource-based views*

$\beta_2$  = koefisien regresi strategi inovasi

$e$  = error

Nilai koefisien regresi untuk variable price sebesar 0,298. Tanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara human capital dengan kinerja karyawan. Nilai koefisien regresi untuk variable personal selling sebesar 0,293. Tanda positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kepuasan kerja dengan kinerja karyawan. Jika variable human capital dan kepuasan kerja mengalami peningkatan maka kinerja karyawan juga akan meningkat.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh strategi *resource based* terhadap keunggulan bersaing

Produk dapat diartikan sebagai “sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen” (Kotler dan Armstrong, 2016), sehingga produk menjadi kunci keberhasilan perusahaan untuk mendorong terjadinya pembelian aktual (Uslu dan Huseynli, 2018). Ketika konsumen memiliki persepsi yang tinggi terhadap *resource based* yang ditawarkan perusahaan, konsumen tidak hanya akan melakukan pembelian aktual, tetapi juga akan mendorong mereka melakukan keunggulan bersaing yang ditawarkan perusahaan (Mariana, 2015).

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *resource based* ukm di Surabaya memiliki keunggulan bersaing yang baik kompetitor yang kompetitif dan juga penghasilan yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan memiliki *resource based* yang baik, meskipun ukm secara keseluruhan memiliki persepsi yang berbeda tentang *resource based* pada ukm di Surabaya. Jika dikaitkan dengan perilaku keunggulan bersaing konsumen, hasil uji t menunjukkan bahwa *resource based* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keunggulan bersaing ukm di Surabaya secara parsial. Oleh karena itu, hipotesis pertama penelitian ini yang menyebutkan bahwa: *resource based* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing ukm di Surabaya, diterima.

Pentingnya *resource based* bagi ukm diharapkan dapat membuat ukm di Surabaya untuk mampu terus menjaga *resource based* yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Ariffin *et al.*, 2016 yang menemukan bahwa persepsi perusahaan terhadap *resource based* produk akan mempengaruhi

keunggulan bersaing. Oleh karena itu, implikasi manajerial yang dapat diberikan kepada ukm di surabaya berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **Pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing**

Inovasi merupakan “terobosan baru yang dapat diberikan dari sebuah produk” yang akan mempengaruhi permintaan produk di pasar (sunnyoto, 2015).meskipun dalam kondisi tertentu, persepsi konsumen terhadap inovasi tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya untuk produk-produk yang dikonsumsi sehari-hari (uslu & huseynli, 2018). akan tetapi, untuk produk-produk yang membutuhkan penilaian terkait harga , kinerja atau pilihan yang tersedia di pasar (kotler dan armstrong, 2016), inovasi akan menjadi variabel yang sangat penting dalam perilaku konsumen (blythe, 2015). Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa konsumen setuju bahwa inovasi yang baik mendukung keunggulan bersaing pada ukm di surabaya , meskipun responden secara keseluruhan memiliki persepsi yang berbeda tentang inovasi ukm di surabaya . Jika dikaitkan dengan perilaku keunggulan bersaing, hasil uji t menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap perilaku keunggulan bersaing ukm di surabaya . Oleh karena itu, hipotesis kedua penelitian ini yang menyebutkan bahwa: inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing ukm di Surabaya, diterima.

Berdasarkan uji validitas variabel kepuasan kerja telah melewati uji validitas dan reliabilitas dengan nilai signifikansi 0.000 yang telah lebih kecil dari 0.05 yaitu batas signifikansi untuk uji validitas, sedangkan untuk uji reliabilitas dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha sebesar 0,779 yang telah berada diatas 0,6 yang menjadi batas dari uji reliabilitas cronbach alpha. Hasil dari uji hipotesis parsial menunjukkan bahwa nilai probabilitas variabel kepuasan kerja (X2) lebih kecil dari nilai  $\alpha$  yakni sebesar  $0.004 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan kerja secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT Harapan Indah Cipta Perkasa. Hal ini didukung oleh penelitian Siagian (2017), nilai signifikansi variabel bebas kualitas produk pada uji t adalah  $0.002 < 0,05$ . Hal ini menunjukan bahwa H1 diterima. Sehingga variabel bebas kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan PT Harapan Indah Cipta Perkasa.

### **Implikasi Penelitian**

UKM di surabaya dapat membuat inovasi dengan terobosan tertentu yang diberikan kepada konsumen sehingga setelah melakukan pembelian dan dapat dirasakan inovasi ukm di surabaya. Sebisamungkin, ukm di surabaya bisa menawarkan produk-produk baru kepada konsumen, sehingga ukm di surabaya tetap dapat mengontrol inovasi pada inovasi standar pasaran yang diterima oleh konsumen. Kesalahan ukm di surabaya yang kurang memberikan value pada inovasi telah menyebabkan masalah persepsi konsumen yang menganggap inovasi ukm di surabaya kurang bersaing dan kurang sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga mau tidak mau, ukm di surabaya harus memasarkan dan men survey keinginan konsumen untuk tujuan inovasi yang lebih berkenan bagi konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Strategi *Resource based* memiliki pengaruh yang signifikan keunggulan bersaing ukm di Surabaya.
2. Inovasi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keunggulan bersaing ukm di surabaya.

### **Saran**

Saran yang dapat diberikan kepada ukm surabaya dan peneliti selanjutnya berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk meningkatkan persepsi konsumen terkait resource based, ukm surabaya perlu: (a) Memiliki pendapatan kotor yang cukup untuk menutupi kebutuhan sehari-hari; (b) memiliki kelebihan khusus yang tidak dimiliki kompetitor; (c) memiliki sumber daya yang dapat memenuhi kebutuhan dan kualitas. Di sisi lain, untuk meningkatkan persepsi konsumen terkait inovasi ukm surabaya perlu: (a) membuat inovasi yang dapat mengurangi biaya; (b) proses inovasi perlu dilakukan untuk memudahkan proses produksi; (c) kualitas produk yang meningkat karena proses inovasi. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yakni dapat mengungkapkan lebih jauh persepsi konsumen resource based dan inovasi dalam mendorong keunggulan kompetitif UKM di surabaya melalui penelitian kualitatif, sehingga hasil



penelitian selanjutnya dapat menjelaskan secara detail masalah-masalah terkait resource based produk dan inovasi Ukm di Surabaya.

## REFERENSI

- Butler, J.E. (2015). Theories of Technological Innovation As Useful Tools For Corporate Strategy. *Strategic Management Journal*, 9, Jan/Feb, 15-29.
- Darojatin, K. (2016). Pengaruh Strategi Resource-Based terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi pada Usaha Mebel Kayu di Kota Pasuruhan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(4), 714–726. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/976/843>
- Mosakowski, E. (1998). Managerial Prescriptions under the Resource-Based View of Strategy: the example of motivational techniques. *Strategic Management Journal*, 19(12), 1169–1182. [https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(1998120\)19:12%3C1169::AID-SMJ4%3E3.0.CO;2-3](https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/(SICI)1097-0266(1998120)19:12%3C1169::AID-SMJ4%3E3.0.CO;2-3)
- Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2019). Fintech sebagai salah Satu Solusi Pembiayaan bagi UMKM. *AdBispreneur*, 3(2), 89–92. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.17836>
- Safrina, N., Achmad, S., & Noor, A. (2018). Kajian Dampak Penerapan Pph Final 0,5 % terhadap UMKM dalam Rangka Pencapaian Target Penerimaan Pajak Tahun 2018. *Politeknik Negeri Balikpapan*, 3(8), 136–147. <https://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/prosiding/issue/view/41>.
- Sugiono, A. (2018). Resource Based View in the Strategic Management Model Framework. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3), 195–205. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i3.19226>
- Susilo, S. (2010). Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam menghadapi implementasi CAFTA dan MEA. *Buletin Ekonomi*, 8(2), 70–170. [https://www.researchgate.net/publication/322851136\\_Strategi\\_Meningkatkan\\_Daya\\_Saing\\_UMKM\\_Dalam\\_menghadapi\\_CAFTA\\_dan\\_MEA](https://www.researchgate.net/publication/322851136_Strategi_Meningkatkan_Daya_Saing_UMKM_Dalam_menghadapi_CAFTA_dan_MEA)
- Tricahyadinata, I. (2013). Kapabilitas Inovasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Akuntabel*, 10(1), 1–10. <https://doi.org/10.29264/jakt.v10i1.49>
- Widarti, P. (2020, August 6). Pemprov Jatim Siapkan Strategi Genjot Pertumbuhan UMKM. Surabaya.Bisnis.Com. <https://surabaya.bisnis.com/read/20200806/532/1275680/pemprov-jatim-siapkan-strategi-genjot-pertumbuhan-umkm>