

## **PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING**

**(Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)**

Winda Ayu Lestari<sup>1</sup>, Apri Budianto<sup>2</sup>, Iwan Setiawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

[Ayuwinda609@gmail.com](mailto:Ayuwinda609@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing (Suatu Studi pada payung geulis mandiri tasikmalaya). Adapun rumusan masalah sebagai berikut : 1]. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing di Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya?; 2]. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing di Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya?; 3]. Bagaimana pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing di Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada produk Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya; 2]. Pengaruh Kualitas produk terhadap keunggulan bersaing Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya; 3]. Besarnya pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada produk Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan metode penelitian survey. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Linier Sederhana, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis dan Uji Signifikan (Uji t) dan (Uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya dengan nilai koefisien determinasi sebesar 18,49% dan sisanya 81,51% dipengaruhi oleh faktor lain, Kemudian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada payung geulis mandiri Tasikmalaya sebesar 20,25% sisanya 79,75% dipengaruhi oleh faktor lain, Serta terdapat pengaruh signifikan inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya dengan nilai koefisien determinasi sebesar 33,64%, sisanya 66,36% dipengaruhi oleh faktor lain,

***Kata Kunci : Inovasi, Kualitas Produk, dan Keunggulan Bersaing***

### **PENDAHULUAN**

Teknologi yang semakin canggih adalah salah satu faktor pendorong perkembangan dunia industri sekarang ini. Tidak hanya industri jasa dan manufaktur yang mengalami peningkatan, tetapi industri kerajinan atau industri kreatif juga menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Pertumbuhan yang sangat cepat mendorong industri kreatif untuk ikut berdaya saing. Semakin berkembangnya suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha yang sejenis bermunculan, hal ini juga terjadi pada industri kerajinan yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam persaingan yang semakin ketat perusahaan harus memiliki daya saing yang cukup kuat untuk dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya terutama perusahaan yang sejenis. Di kota Tasikmalaya terutama di Panyingkiran ada

banyak usaha industri kreatif yang bermunculan dan sejenis seperti industri kerajinan payung geulis Prima Art, Nailah Collection, Karya Utama dan Hasta Karya. Lokasinya yang sangat berdekatan sehingga mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan payung geulis mandiri tasikmalaya ini.

Industri kreatif atau ekonomi kreatif yang digerakan oleh sektor industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya individu. Industri kreatif memiliki peran dalam menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu, selain itu dapat memberikan dampak positif dalam menumbuhkan inovasi dan kualitas produk dalam menciptakan produk-produk baru yang siap untuk bersaing. Inovasi merupakan salah satu strategi yang selalu dilakukan oleh setiap perusahaan termasuk bisnis di bidang kerajinan, seperti yang dikutip dari (Reniata, 2013:24) menyebutkan bahwa inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Peran inovasi termasuk aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah dalam mencapai keunggulan bersaing perusahaan. Dalam melakukan inovasi, perusahaan perlu mengembangkan suatu strategi formal dan menyeluruh. Strategi ini mengungkap tujuan perusahaan dalam melakukan inovasi dengan menjelaskan apa yang di inovasikan dan bagaimana caranya.

Inovasi ini sangat diperlukan untuk meningkatkan tingkat penjualan dan keterkaitan konsumen untuk membeli produk. Inovasi tidak hanya dilihat dari segi proses menciptakan produk atau jasa baru saja yang kemudian ditawarkan ke pasar tetapi juga merupakan proses menciptakan cara baru yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas organisasi. Keunggulan bersaing akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan. Dengan demikian sebuah inovasi produk dan kualitas produk sangatlah dibutuhkan oleh suatu perusahaan, karena daya saing di era globalisasi ini sangatlah tinggi. Selain itu gaya hidup masyarakat yang telah meningkat mengharuskan suatu perusahaan untuk lebih memperhatikan inovasi dan kualitas produknya agar perusahaan tersebut tidak kalah saing dengan perusahaan yang lain. Inovasi dan kualitas produk ini bertujuan untuk mengimbangi atau memenuhi keinginan konsumen pada era globalisasi ini.

Disamping inovasi produk, faktor kualitas produk juga dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pada perusahaan. Kualitas produk juga harus diperhatikan agar konsumen tidak merasa kecewa terhadap produk yang dihasilkan. Kualitas mencakup produk,

jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:272) kualitas produk (product quality) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas produk mempengaruhi keunggulan bersaing. Sehubungan dengan itu maka pelaku bisnis harus memperhatikan kualitas produknya, sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk yang di hasilkan. Keunggulan bersaing menurut Porter (1990:1) adalah kemampuan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Beberapa cara untuk memperoleh keunggulan bersaing antara lain dengan melakukan inovasi dengan memiliki keunikan tersendiri di banding pesaing. Keunggulan bersaing menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global.

Usaha yang inovatif pada umumnya memperoleh keunggulan bersaing dan pertumbuhan yang lebih kuat dari pada usaha yang tidak melakukan proses inovasi. Dan usaha yang melakukan inovasi mengalami pertumbuhan pasar dan peningkatan keuntungan yang lebih baik dibandingkan dengan usaha yang tidak melakukan proses inovasi. Maka dari itu inovasi sangat dibutuhkan bagi setiap perusahaan agar selalu unggul dalam bersaing. Dari uraian di atas dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut : 1). Inovasi dan motif yang dilakukan oleh payung geulis mandiri Tasikmalaya masih kurang maksimal, karena motif bunga yang ditawarkan hanya itu-itu saja.; 2). Motif karakter yang di buat oleh payung geulis mandiri Tasikmalaya kurang diminati oleh konsumen.; 3). Kualitas produk pada payung geulis mandiri tasikmalaya tidak ada perubahan dalam pemilihan bahan baku.; 4). Menurunnya penjualan payung geulis mandiri tasikmalaya.; 5). Lokasi payung geulis mandiri tsikmalaya yang berdekatan dengan pesaing sehingga mempengaruhi keunggulan bersaing.; 6) beratnya menghadapi persaingan dengan pengrajin yang sejenis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalis 1). Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada produk payung geulis mandiri tasikmalaya.; 2). Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada produk payung geulis mandiri Tasikmalaya.; 3). Pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing payung geulis mandiri Tasikmalaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya berkaitan dengan Inovasi Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing. Disamping itu pula di harapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan yang berarti agar dapat digunakan untuk kegiatan operasional kedepannya.

## LANDASAN TEORITIS

### Inovasi Produk

Inovasi biasanya mengacu pada kata sifat seperti: memperbarui, merubah, atau membuat proses maupun produk, serta cara dalam melakukan sesuatu sehingga menjadi lebih efektif. Dalam konteks bisnis atau usaha, hal ini bias berarti menerapkan ide-ide baru, meningkatkan layanan yang ada, serta membuat produk lainnya yang lebih dinamis. Menurut Goldenbreg, mazursky dan Salomon dalam Moreau, Lehman dan Markman, dalam Sutrasnawati (2008:92), inovasi berasal dari suatu perubahan atau penghilangan suatu atribut produk atau lampiran pada suatu produk tertentu atau disebut juga dengan produk yang benar-benar baru. Salah satu cara yang dapat menenangkan persaingan yaitu dengan melakukan inovasi produk. Berdasarkan definisi di atas, inovasi tidak selalu menciptakan, inovasi dapat berarti mengubah model maupun rancangan bisnis sehingga maupun beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan yang akhirnya dapat memberikan produk atau layanan yang lebih baik.

### Kualitas Produk

Menurut Goetsch dalam yamit (2013:8) adalah “kualitas dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Menggunakan definisi *America society for quality* dalam Kotler dan Keller, (2009:143) kualitas (*quality*) adalah “totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:272) mengemukakan bahwa, “kualitas produk adalah salah satu saran *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan”.

### Keunggulan Bersaing

Pada dasarnya setiap perusahaan yang bersaing dalam suatu lingkungan industri mempunyai keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Umumnya perusahaan menerapkan strategi bersaing ini secara *eksplisit* memulai kegiatan-kegiatan dari berbagai departemen fungsional perusahaan yang ada. Pemikiran dasar dari penciptaan strategi bersaing berawal dari pengembangan, apakah sebenarnya yang menjadi tujuannya dan

kebijakan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311) mendefinisikan bahwa keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Keunggulan bersaing menggambarkan bahwa suatu perusahaan dapat bertindak lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain walaupun mereka bergerak dalam lingkungan industri yang sama. Ada 2 cara dasar untuk mencapai keunggulan bersaing, yang pertama dengan strategi biaya yang rendah membuat perusahaan menawarkan produk dengan harga yang lebih murah dari pesaingnya. Posisi biaya rendah biasanya menempatkan perusahaan pada posisi yang menguntungkan dalam menghadapi para pesaingnya dalam sebuah industry. Yang kedua adalah sebagai strategi diferensiasi produk, sehingga pelanggan merasa bahwa mereka mendapat manfaat yang lain serta lebih dengan harga yang cukup. Kedua strategi tersebut mempunyai pengaruh yang sama yakni meningkatkan anggapan manfaat yang dinikmati oleh pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Menurut Sugiyono (2010:1) "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Tujuan dari penetapan metode penelitian ini adalah untuk memenuhi langkah-langkah yang harus dilakukan sebagai pedoman dalam kegiatan penelitian". Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Arikunto Suharsimi (2010:3) mengatakan bahwa: Metode deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan keadaan yang ada pada suatu perusahaan yang berdasarkan fakta, sifat-sifat populasi berdasarkan data yang dikumpulkan, kemudian disusun secara sistematis, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kesimpulan. Lebih lanjut menurut Sugiyono (2013:14) mengemukakan bahwa: Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. .

Sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan datanya yaitu menggunakan pengamatan (observasi), interview (wawancara), penelusuran kepustakaan/ literature dan penyebaran kuesioner dengan pihak

yang bersaing, dalam hal ini yakni Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, Analisis Koefisien korelasi sederhana, Koefisien Determinasi, Analisis Koefisien Koerelasi Berganda, Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji f.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Inovasi Produk**

Berdasarkan tanggapan responden mengenai 14 pernyataan inovasi produk Payung geulis Mandiri Tasikmalaya tercapai sebesar 3010 yang berada pada kategori tinggi atau berada pada interval ke - 4 yaitu 2815-3753. Dan berdasarkan hasil uji statistik analisis regresi linier sederhana dapat diketahui persamaan regresinya yaitu  $y = a + bx$  atau  $y = 34,71 + 0,29x$ , kemudian analisis koefisien korelasi sederhana diperoleh angka sebesar 0,43, nilai tersebut jika dihubungkan dengan pendapat (Sugiyono, 2003 : 213) pada tabel 3.3 beradapada kategori sedang yaitu antara 0,40-0,59, artinya hubungan inovasi terhadap keunggulan bersaing Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya berada pada kategori sedang. Hal ini juga sejalan dengan hasil uji hipotesis, melalui hasil perhitungan di dapat nilai t-hitung sebesar 3,83990 sementara pada t-tabel dengan tingkat kekeliruan 5% dan derajat bebas  $(67-2) = 65$  diperoleh nilai t-tabel 1,66864 maka hipotesis diterima, artinya inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, maka dengan demikian hipotesis yang diajukan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dapat diterima karena teruji kebenarannya.

### **Kualitas produk**

Berdasarkan tanggapan responden mengenai kualitas produk payung geulis mandiri tasikmalaya tercapai sebesar 3103 yang berada pada kategori tinggi atau berada pada interval ke- 4 . Artinya bahwa kualitas produk payung geulis mandiri Tasikmalaya ini memiliki kategori yang tinggi dalam pemilihan bahan baku dan pembuatan produk. Kualitas tersebut dibuktikan dengan produk payung geulis mandiri sesuai dengan keinginan konsumen. Berdasarkan hasil uji statistik regresi linier sederhana dapat diketahui persamaan regresinya yaitu  $y = a + bx$  atau  $y = 33,70 + 0,30x$ , kemudian analisis koefisien korelasi sederhana diperoleh angka sebesar 0,45, nilai tersebut jika dibubungkan dengan pendapat (Sugiyono, 2003 : 213) berpendapat kategori sedang yaitu antara 0,40-0,59, artinya hubungan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing berada pada kategori sedang. Hal ini juga sejalan

dengan hasil uji hipotesis, melalui hasil perhitungan di dapat nilai t-hitung sebesar 4,06260 sementara t tabel dengan tingkat kekelituan 5% dan derajat bebas  $(67-2) = 65$  diperoleh nilai 1,66864 maka diterima, artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, maka dengan demikian hipotesis yang diajukan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing teruji kebenarannya.

### **Keunggulan Bersaing**

Berdasarkan tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing payung geulis mandiri tasikmalaya tercapai sebesar 3200 yang berada pada kategori sedang atau berada pada interval ke- 4 yaitu tinggi . Artinya bahwa keunggulan bersaing di payung geulis mandiri Tasikmalaya ini memiliki kategori yang sedang. Berdasarkan hasil uji statistik regresi linier sederhana dapat diketahui persamaan regresinya yaitu  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  atau  $y = 24,01 + 0,27$  kemudian analisis koefisien korelasi sederhana diperoleh angka sebesar 0,58, nilai tersebut jika dibubungkan dengan pendapat (Sugiyono, 2003 : 213) berpendapat kategori sedang yaitu antara 0,40-0,59, artinya bahwa inovasi dan kualitas produk mempunyai hubungan yang sedang terhadap keunggulan bersaing. Hal ini juga sejalan dengan hasil uji f, melalui hasil perhitungan di dapat nilai f-hitung sebesar 16,22 sementara f tabel dengan tingkat kekelituan 5% dan dk  $(67-2-1) = 64$  diperoleh  $F_{tabel}$  sebesar 3,14. Karena  $F_{hitung}$  16,22 lebih besar dari pada  $F_{tabel}$  3,14 maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya. Maka dengan demikian hipotesis yang diajukan inovasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing diterima karena telah teruji kebenarannya.

### **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya**

Inovasi produk sangat membantu terhadap keunggulan bersaing, hal ini dijelaskan bahwa dalam memasarkan sebuah produk barang atau jasa harus dapat memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen, inovasi produk juga merupakan hal yang penting dimana perusahaan harus bisa meningkatkan inovasi produk, pengembangan produk, agar perusahaan mempunyai keunggulan bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya. Hasil penelitian yang dilakukan di Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya antara inovasi dan

keunggulan bersaing mempunyai pengaruh,. Berarti jika inovasi ditingkatkan maka keunggulan bersaing pun akan akan meningkat.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Droge dan Vickrey dalam Sugandini (2012:32) yang mengemukakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Artinya perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai dengan keinginan pelanggan akan mampu bertahan ditengah persaingan karena produknya yang tetap diminati oleh konsumennya. Lebih lanjut lagi Hubies (2005:69) dalam Gibran (2014:28) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan suatu perubahan yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi untuk menjadikannya sesuatu yang bernilai menciptakan hal-hal baru yang berbeda, mengubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan setiap sumber daya menjadi suatu konfigurasi baru yang lebih produktif baik langsung ataupun tidak langsung dalam upaya meraih keunggulan bersaing.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya**

Berhubungan dengan produk jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Menggunakan definisi *America society for quality* dalam Kotler dan Keller, (2009:143) kualitas (*quality*) adalah “totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap payung geulis mandiri tasikmalaya mengenai kualitas produk dengan keunggulan bersaing mempunyai pengaruh, dalam artian jika kualitas produk semakin ditingkatkan maka keunggulan bersaing pun akan meningkat. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2005) dalam skripsi Rika Devi Kurniasari (2018:51) menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan keunggulan bersaing. Karena kualitas produk dapat ditentukan oleh sekumpulan kegunaan atau fungsinya, seperti terdapat daya tahan, ketergantungan pada produk, eksklusif,

kenyamanan, dan wujud luar (warna, bentuk, pembungkus). Kualitas produk perusahaan harus dijaga dengan baik, karena semakin baik kualitas produk yang ada dalam suatu produk maka pelanggan akan semakin berminat untuk membeli bahkan membeli secara berulang, hal tersebut dapat menjadi strategi perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

### **Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya**

Perusahaan dituntut melakukan inovasi produk agar dapat terus menjalankan perusahaannya serta untuk memuaskan hati konsumen dengan memenuhi kebutuhan sesuai keinginan konsumen. Ciri khas inovasi salah satunya adalah keunikan yang berbeda dengan pesaing sehingga akan bernilai lebih unggul. Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dapat ditandai dengan kemampuan perusahaan dalam mendesain produknya sesuai dengan keinginan dalam memenuhi kebutuhan konsumen, produk yang dihasilkan beraneka ragam, sehingga konsumen tidak melakukan pembelian di tempat yang lain. Salah satu faktor pertimbangan konsumen untuk membeli produk yang diinginkan adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan produk, daya tahan, kemudian dalam mengoperasikan dan perbaikan, ketepatan serta atribut bernilai lainnya (kotler dan Amstrong, 2012:283) dalam Netty Laura S (2017:263). Berdasarkan definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan standar kualitas yang berlaku. Hasil penelitian yang dilakukan di Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya menunjukkan bahwa hubungan antara inovasi dan kualitas produk dengan keunggulan bersaing memiliki pengaruh diantaranya, berarti jika inovasi dan kualitas produk suatu perusahaan ditingkatkan maka keunggulan bersaing pun akan meningkat.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, diperoleh simpulan sebagai berikut Inovasi produk pada payung geulis mandiri Tasikmalaya secara keseluruhan sudah tinggi dan sejalan dengan hasil uji hipotesis bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya, artinya jika pelaksanaan inovasi dapat dilaksanakan dengan baik maka keunggulan bersaing akan meningkat, dan akan menghasilkan lebih banyak produk lagi yang beragam dan menarik. Kualitas produk pada

Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya secara keseluruhan dapat dikatakan tinggi dan sejalan dengan hasil uji hipotesis bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, artinya jika produk payung geulis mandiri memperhatikan kualitas bahan bakunya maka produk akan memiliki daya tahan yang baik, maka kualitas produk yang dihasilkan pun akan semakin baik dan keunggulan bersaing perusahaan akan meningkat. Keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya sudah dikatakan tinggi dan sejalan dengan hasil uji hipotesis bahwa inovasi dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing payung geulis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Gibran. 2014. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Factory Outlet The Summit Bandung*. Skripsi Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Komputer Bandung.
- Kotler dan Armstrong, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Amstronng. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2003. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, Rika Dewi, 2018. *Pengaruh Inovasi Produk Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing, Studi Kasus Pada Produk Kerajinan Eceng Gondok "AKAR"*. Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak di Terbitkan.
- Porter, 1990, *Keunggulan Bersaing*, Tim Penerjemah Binarupa Aksara, Jakarta: Binarupa Aksara .
- Reniaty, 2013. *Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Bisnis Sebuah Desain, Kreativitas Organisasi, Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar, Studi Pada Industri Batik Pesisir Di Cirebon*. Jurnal Of Economics And Busniness, Vol 2 No. 2, Agustus.
- S. Netty Laura, 2017, *Pengaruh Kualitas produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal of Manajemen and Business Review. Vol. 14, No.2, 2017:258-284.

- Sugandini, Dyah. 2012. *Karakteristik inovasi, pengetahuan konsumen, kecukupan informasi, persepsi resiko, dan kelangkaan dalam penundaan adopsi inovasi pada masyarakat miskin*. UNiversitas Gajah Mada. Yogyakarta. Tidak di Terbitkan.
- Suharsimi, Arikunto, 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabet.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, kualitatif R&D*. Bandung, Alfabet.
- Sutrasmawati, Endang, 2008. *Pengaruh Kompetisi Produk Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing*. Jurnal Bisnis Ekonomi (JBE) Vol. 15, No. 2.
- Yamit, 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekorisia  
*Produk Kerajinan Eceng Gondok "AKAR"*. Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak di Terbitkan.