

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA USAHA
DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA USAHA MINUMAN BOBA
DI KOTA PEKANBARU**

Hardiana Nafrianti¹⁾, Samsir²⁾, Anggia Paramitha²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email: hardiananafrianti@gmail.com

The Effect of Product Innovation on Business Performance with Competitive Advantage as Mediation Variable at Boba Drink Enterprise in Pekanbaru City

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product innovation on business performance with competitive advantage as mediation variable at boba drink enterprise in Pekanbaru City. The population of study included all boba drink enterprise in Pekanbaru City were 83 units and the samples were 69 units, it's based on Slovin formula. Structural Equation Model (SEM) with SmartPLS version 3 was used as methods of data analysis. The results were: 1) Innovation product had positive and significant effect on competitive advantage; 2) Innovation product had positive and significant effect on business performance; 3) Competitive advantage had positive and significant effect on business performance; 4) Innovation product had positive and significant effect on business performance throughwork competitive advantage.

Keyword: Innovation Product, Competitive Advantage, Business Performance.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, setiap bidang usaha maupun industri dihadapkan pada perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat dan semakin kompetitif. Hal ini memicu para pelaku usaha agar dapat bersaing secara baik di pasar. Salah satu bidang usaha yang mengalami terus mengalami perkembangan adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian masyarakat, karena dengan adanya UMKM maka akan dapat membuka lapangan pekerjaan

baru dan dan di sisi lain akan dapat menurunkan angka pengangguran.

Indonesia sebagai salah satu Negara berkembang, terus berupaya untuk memberdayakan peran UMKM dalam pembangunan maupun pertumbuhan ekonomi nasional. Akan tetapi, di tengah arus globalisasi membuat UMKM harus mampu menghadapi setiap persaingan dan tantangan, seperti menciptakan inovasi produk, memanfaatkan peran teknologi, pengembangan sumber daya manusia, dan perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, sehingga dapat bersaing

dengan produk-produk asing yang kian membanjiri pasar Indonesia.

Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia, kebanyakan UMKM yang berkembang di Indonesia bergerak di bidang pangan. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia yang dapat terus dikembangkan dan memiliki potensi baik di pasar. Salah satu industri UMKM yang bergerak di bidang pangan di Kota Pekanbaru adalah minuman boba. Boba merupakan mutiara atau bola-bola besar dan kenyal yang terbuat dari tepung tapioka dan biasanya dijadikan sebagai isian atau *topping* minuman. Minuman boba merupakan salah satu produk yang sedang digemari oleh para remaja dalam beberapa tahun terakhir.

Berdasarkan data, nilai kontribusi UMKM terhadap PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Kota Pekanbaru mengalami penurunan selama dua tahun terakhir. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan PDRB, maka terjadinya penurunan mengindikasikan adanya permasalahan pada kinerja UMKM.

Terdapat banyak faktor yang begitu kompleks mengenai fenomena ini. Namun, penurunan kinerja UMKM menjadi salah satu faktor penyebab turunnya kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan PDRB. Hal ini sebagaimana ditegaskan oleh Wibowo (2017), UMKM merupakan lingkup usaha yang paling resisten terhadap gejolak ekonomi. Artinya, UMKM memiliki pertumbuhan yang relatif cepat dengan perputaran aset dan usaha yang tinggi sesuai dengan kondisi perkenomian masyarakat.

Berdasarkan hasil prasarvei, diketahui bahwa masih banyak usaha minuman boba yang belum mampu untuk meningkatkan aset atau kekayaan dan beberapa usaha belum mampu meningkatkan keuntungannya. Fenomena ini menjadi indikasi bahwa kinerja UMKM masih belum optimal dan perlu ditingkatkan sehingga dapat menjadi penggerak ekonomi serta dapat menjadi salah satu program pemerintah dalam meningkatkan ekonomi masyarakat di Kota Pekanbaru.

UMKM sebagai badan usaha yang melakukan kegiatan bisnis diharapkan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat mencapai tujuannya. Akan tetapi pada kenyataannya, kinerja UMKM tidak selalu berjalan seperti yang diharapkan. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM, salah satunya adalah keunggulan bersaing.

Menurut Indah dan Devie (2013), keunggulan bersaing terkait dengan kemampuan suatu usaha untuk menciptakan nilai yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru oleh pesaing. Keunggulan bersaing dapat dihasilkan bila perusahaan sukses membangun, memelihara dan mengembangkan berbagai keunggulan khas perusahaan (*company specific advantage*) sebagai hasil beroperasinya berbagai aset strategik yang dimiliki dan dikembangkan oleh perusahaan. Kemampuan suatu usaha dalam merencanakan strategi bersaing sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha agar dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Selain itu, keunggulan

bersaing juga bertujuan untuk meningkatkan kinerja suatu usaha.

Beberapa penelitian terdahulu juga mendukung pendapat sebelumnya, salah satunya adalah penelitian Wijetunge (2016) yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Sri Lanka. Hasil penelitian Udriyah, Tham, dan Azam (2019) juga menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM tekstil. Artinya, semakin kuat keunggulan bersaing yang dimiliki suatu usaha maka kinerja yang dihasilkannya juga akan semakin meningkat.

Akan tetapi, berdasarkan prasarvei yang penulis lakukan terhadap 20 unit usaha minuman boba di Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kelemahan pada keunggulan bersaing usaha minuman boba di Kota Pekanbaru, seperti tidak adanya keunikan atau ciri khas yang dimiliki produk dan masih minimnya kemampuan manajerial dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Terdapat banyak cara untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja usaha, salah satu caranya adalah dengan melakukan inovasi produk. Menurut Porter dalam Kuncoro (2013), ketika suatu organisasi mulai memberikan perhatian pada lingkungan kompetisi maka inovasi akan menjadi salah satu faktor kunci kesuksesan. Kurangnya inovasi produk (penciptakan ide inovatif pada produk, modifikasi produk-produk lama, dan menyediakan produk yang relatif baru di pasar) dapat

menurunkan kinerja bisnis. Oleh karena itu, ketika UMKM mampu menciptakan inovasi, mereka juga harus mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan. Strategi yang tepat sangat diperlukan bagi pengusaha UMKM adalah inovasi, mengingat kemajuan teknologi yang sangat cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kinerja bisnis organisasi.

Berdasarkan hasil penelitian Haryono dan Marniyati (2017) menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya, penelitian Udriyah, Tham, dan Azam (2019) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM tekstil. Artinya, kemampuan suatu usaha dalam melakukan inovasi akan menentukan dalam memenangkan persaingan dengan para kompetitor.

Udriyah, Tham, dan Azam (2019) juga menjelaskan dalam penelitiannya, inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM tekstil. Hal ini berarti bahwa dengan menerapkan inovasi maka UKM tekstil akan dapat meningkatkan kinerja yang dihasilkannya, baik kinerja keuangan, kinerja organisasi, dan lain sebagainya. Selanjutnya, hasil penelitian Taufiq, Prihatni, dan Gurendrawati (2020) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini berarti bahwa tinggi atau rendahnya kinerja usaha yang dihasilkan akan

dipengaruhi oleh inovasi yang dilakukan.

Namun pada kenyataannya, inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha minuman boba di Kota Pekanbaru masih minim. Hal ini dapat dilihat dari belum adanya inovasi dalam meningkatkan kualitas produk boba, menciptakan varian (rasa) baru, dan memperbaiki kemasan produk yang lebih inovatif. Kurangnya inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha menyebabkan produk minuman boba yang mereka jual tidak memiliki ciri khas atau keunikan tersendiri di mata pembeli atau pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha dengan Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi Pada Usaha Minuman Boba di Kota Pekanbaru”**.

Adapun batasan masalah yang akan dibahas, yaitu apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru?

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Usaha.

Menurut Rivai (2012), kinerja usaha adalah suatu istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada

suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen, dan sebagainya.

Nuvriasari (2012) mendefinisikan kinerja usaha sebagai fungsi hasil-hasil kegiatan yang ada dalam suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor intern dan ektern dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama periode waktu tertentu. Sementara itu, Moehersono (2012) mendefinisikan kinerja usaha sebagai sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategi pada organisasi tersebut.

Sedangkan menurut Samsir *et al.* (2013), kinerja usaha merupakan tingkat pencapaian suatu perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Kinerja sangat penting dalam memastikan keberlanjutan suatu usaha.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha adalah seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu usaha pada periode dalam mewujudkan sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan strategis.

Menurut Samsir *et al.* (2013), variabel kinerja usaha diukur menggunakan beberapa indikator berikut: 1) Peningkatan jumlah penjualan; 2) Peningkatan *asset* atau kekayaan; 3) Peningkatan *profit*.

Keunggulan Bersaing

Menurut Porter dalam Kuncoro (2013), keunggulan bersaing merupakan kemampuan

suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Hitt dalam Jati (2014) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai tingkat sampai sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar dalam memproduksi barang dan jasa, dengan tetap mempertahankan serta meningkatkan pendapatan perusahaan dan karyawannya. Sedangkan menurut Dalimunthe (2017), keunggulan bersaing adalah kemampuan usaha menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dengan kompetitor.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu usaha dalam menciptakan keunggulan kompetitif dalam memenuhi permintaan pasar sehingga memiliki nilai lebih dibanding dengan pesaingnya.

Menurut Porter dalam Setiawan (2012), indikator keunggulan bersaing adalah sebagai berikut: 1) Keunikan produk; 2) Kualitas produk; 3) Harga bersaing.

Inovasi Produk

Menurut Zimmerer (2012), inovasi produk merupakan peluncuran produk yang dimodifikasi dan disempurnakan melalui usaha riset dan pengembangan. Hal ini berarti pelaku usaha melakukan perbaikan terhadap produk yang ada sekarang dengan menciptakan

produk baru maupun produk yang unik.

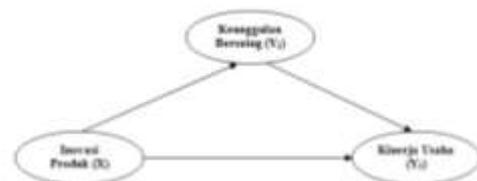
Adapun pengertian inovasi produk menurut Drucker (2012), yaitu kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang melalui pembaharuan produk. Inovasi lebih dari sekedar ide atau gagasan murni yang memegang peranan penting, tetapi juga fikiran kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Sementara itu, Kotler dan Keller (2013) mendefinisikan inovasi produk sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Namun, inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru tetapi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk merupakan pemikiran atau ide dalam memperbaharui dan menyempurnakan produk melalui usaha riset dan pengembangan dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing.

Menurut Kotler dan Armstrong (2013)), inovasi produk diukur menggunakan beberapa indikator berikut: 1) Peningkatan kualitas produk; 2) Varian produk; 3) Desain produk.

Kerangka Penelitian

Gambar 1 Kerangka Penelitian



Sumber: Udriyah, Tham, dan Azam, 2019.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.
2. Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.
3. Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.
4. Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan Kota Pekanbaru memiliki jumlah UMKM minuman boba paling banyak jika dibandingkan Kabupaten/Kota lainnya di Provinsi Riau.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh unit usaha minuman boba yang ada di Kota Pekanbaru yang berjumlah 83.

Sedangkan menentukan jumlah sampel yang akan diteliti menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 5%, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 69 unit usaha.

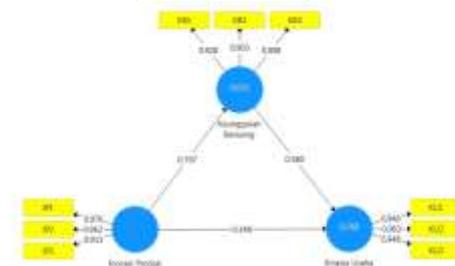
Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software* SmartPLS versi 3.

HASIL PENELITIAN

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Gambar 2 Model Pengukuran (*Outer Model*)



Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2022.

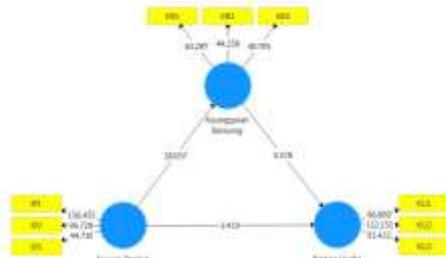
Berdasarkan gambar 2 di atas, dapat diketahui bahwa:

1. Indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel inovasi produk adalah IP1 dengan nilai sebesar 0,976. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi untuk meningkatkan kualitas produk menjadi faktor yang penting dalam menentukan baiknya inovasi yang dilakukan oleh pengusaha minuman boba.
2. Indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel keunggulan bersaing adalah KB1 dengan nilai sebesar 0,928. Ini menunjukkan bahwa keunikan yang dimiliki produk minuman boba merupakan faktor yang penting dalam memenangkan persaingan di pasar.

3. KU2 merupakan indikator paling dominan dalam membentuk variabel kinerja usaha dengan nilai sebesar 0,963. Artinya, peningkatan *asset* atau kekayaan merupakan faktor yang penting dalam mengukur optimalnya kinerja usah minuman boba di Kota Pekanbaru.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Gambar 3 Model Struktural (*Inner Model*)



Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2022.

Berdasarkan gambar 3, maka dapat diketahui bahwa:

1. Nilai pengaruh terbesar pada variabel inovasi produk, yaitu IP1 sebesar 156,455. Hal ini mencerminkan bahwa inovasi dalam meningkatkan kualitas merupakan faktor utama yang dapat menciptakan keunggulan bersaing dan mengoptimalkan kinerja usaha minuman boba.
2. Nilai pengaruh terbesar pada variabel keunggulan bersaing adalah KB1, yaitu sebesar 63,297. Artinya, keunikan produk minuman boba merupakan faktor yang sangat menentukan dalam peningkatan kinerja usaha, karena apabila produk yang dijual memiliki ciri khas tersendiri di pasar maka akan meningkatkan hasil penjualan usaha sehingga

keuntungan yang diperoleh akan meningkat dan pada akhirnya kinerja usaha secara keseluruhan akan optimal.

3. Nilai pengaruh terbesar pada variabel kinerja usaha, yaitu KU2 sebesar 132,151. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan *asset* atau kekayaan sangat dipengaruhi oleh keunggulan bersaing yang dimiliki oleh produk minuman boba. Selain itu peningkatan jumlah penjualan juga dipengaruhi oleh inovasi produk.

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 1 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh	Path Coefficients	T-Statistics	P-Values
Inovasi Produk -> Keunggulan Bersaing	0,797	18,057	0,000
Inovasi Produk -> Kinerja Usaha	0,348	3,419	0,001
Keunggulan Bersaing -> Kinerja Usaha	0,580	5,378	0,000
Inovasi Produk -> Kinerja Usaha	0,462	4,931	0,000

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2022.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 1, maka dapat diketahui bahwa:

1. Diperoleh nilai *path coefficients* sebesar 0,797 dengan nilai t-statistik 18,057 dan *p-value* 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t-statistik (18,057) > t-tabel (1,96) dan *p-value* (0,000) < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Dengan demikian, hipotesis pertama penelitian ini diterima.

2. Nilai *path coefficients* yang diperoleh adalah sebesar 0,348 dan nilai t-statistik sebesar 3,419 dengan *p-value* 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa t-statistik (3,419) > t-tabel (1,96) atau *p-value* (0,001) < 0,05. Artinya, inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Dengan demikian, maka hipotesis kedua penelitian ini diterima.
3. Nilai *path coefficients* yang diperoleh adalah sebesar 0,580 dan nilai t-statistik 5,378 dengan *p-value* 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa t-statistik (5,378) > t-tabel (1,96) dan *p-value* (0,000) < 0,05. Hasil ini berarti bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Dengan demikian, maka hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini diterima.
4. Nilai *path coefficients* yang diperoleh adalah sebesar 0,462 dan t-statistik 4,931 dengan *p-value* 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa t-statistik (4,931) > t-tabel (1,96) dan *p-value* (0,000) < 0,05. Hal ini berarti bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Dengan demikian, maka hipotesis keempat penelitian ini diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa usaha yang mampu menerapkan inovasi produk dengan baik maka akan meningkatkan keunggulannya dalam bersaing di pasaran.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Hurley dan Hult dalam Haryanti (2016), usaha yang mampu melakukan inovasi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya maka akan lebih berhasil dalam mencapai keunggulan bersaing. Selanjutnya, Dalimunthe (2017) juga menjelaskan bahwa meningkatkan kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing UMKM.

Hasil ini juga mendukung penelitian Djodjoko (2014), inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa suatu usaha yang berkemampuan memperkenalkan inovasi, maka usaha tersebut bisa memimpin dan memperkecil kemungkinan kompetitor untuk melakukan inovasi lebih awal.

Hasil penelitian Haryono dan Marniyati (2017) juga menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya hasil penelitian Samsir, *et al.* (2017) juga menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM produk makanan Khas Riau di Kabupaten Kepulauan Meranti.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Hal ini mencerminkan bahwa dengan menerapkan inovasi produk dengan baik maka akan dapat berpengaruh pada peningkatan kinerja usaha.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Wang dan Wong dalam Sudiarta (2014), kemampuan suatu organisasi untuk melakukan inovasi maka akan mempengaruhi kinerja usaha yang dicapai oleh organisasi tersebut. Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian Anggraini (2014) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha industri jasa salon kecantikan dan spa di Kota Pekanbaru. Artinya, tinggi rendahnya kinerja usaha sangat ditentukan oleh inovasi yang dilakukan. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan kinerja usaha jasa salon kecantikan dan spa di Kota Pekanbaru maka para pemilik dan manajer usaha dapat melakukan inovasi promosi, inovasi terhadap pelayanan dan produk, serta inovasi pada fasilitas yang disediakan.

Hasil penelitian Udriyah, *et al.* (2019) juga mendukung pendapat di atas, inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM tekstil. Hal ini berarti bahwa dengan menerapkan inovasi maka UKM tekstil akan dapat meningkatkan

kinerja yang dihasilkannya, baik kinerja keuangan, kinerja organisasi, dan lain sebagainya. Selanjutnya, hasil penelitian Taufiq, *et al.* (2020) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Artinya, apabila suatu usaha memiliki tingkat keunggulan yang tinggi maka kinerja usaha yang dihasilkannya juga akan semakin tinggi.

Hal ini sebagaimana dijelaskan oleh Porter dalam Kuncoro (2013), keunggulan bersaing dapat dihasilkan bila perusahaan sukses membangun, memelihara dan mengembangkan berbagai keunggulan khas perusahaan (*company specific advantage*) sebagai hasil beroperasinya berbagai aset strategik yang dimiliki dan dikembangkan oleh perusahaan. Lebih lanjut, Wang dan Wong dalam Sudiarta (2014) menjelaskan bahwa daya saing usaha menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kinerja usaha.

Hasil ini mendukung penelitian Wijetunge (2016), keunggulan bersaing pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Sri Lanka. Hasil penelitian Minci, *et al.* (2018) juga menunjukkan bahwa daya saing pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah di Kota Dumai. Selanjutnya hasil penelitian Udriyah,

et al. (2019) juga menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM tekstil. Hal ini berarti bahwa kinerja suatu usaha dapat ditingkatkan melalui keunggulan yang dimiliki usaha tersebut.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Melalui Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Artinya, keunggulan bersaing mampu mediasi pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.

Semakin baik penerapan inovasi produk pada usaha minuman, maka akan meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki usaha tersebut sehingga pada akhirnya kinerja usaha dapat ditingkatkan secara optimal. Namun sebaliknya, apabila inovasi produk tidak diterapkan dengan baik maka keunggulan bersaing akan mengalami penurunan dan pada akhirnya akan berdampak pada menurunnya kinerja usaha.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Udriyah, *et al.* (2019), inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada UKM tekstil. Artinya, dengan melakukan inovasi maka keunggulan bersaing dapat ditingkatkan sehingga pada akhirnya kinerja usaha akan mengalami peningkatan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.
2. Inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.
3. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.
4. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada usaha minuman boba di Kota Pekanbaru. Artinya, keunggulan bersaing mampu mediasi pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha minuman boba di Kota Pekanbaru.

Saran

Dari kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan masukan dan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan para pengusaha minuman boba di Kota Pekanbaru agar mengembangkan varian rasa produk bobanya, karena dengan melakukan inovasi pada varian produk akan menjadi nilai tersendiri dan menjadi ciri khas tersendiri. Inovasi juga dapat dilakukan dengan memperbaiki

- dan meningkatkan kualitas produk yang dijual, misalnya dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas.
2. Dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing, diharapkan kepada para pelaku usaha minuman boba di Kota Pekanbaru agar dapat menciptakan keunikan pada produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas rasa, kemasan, dan lain sebagainya sehingga mempunyai nilai tersendiri di mata pelanggan.
 3. Dalam upaya mengoptimalkan kinerja usaha maka para pengusaha minuman boba di Kota Pekanbaru diharapkan agar mengoptimalkan keuntungan yang dihasilkan. Hal ini karena masih banyak pengusaha yang mengalami kesulitan dalam meningkatkan keuntungannya. Oleh karena itu, para pengusaha dituntut untuk mampu mengoptimalkan keuntungan atau laba yang dihasilkan sehingga pendapatan dari usaha minuman boba tidak hanya habis untuk menutupi biaya produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. (2014). Strategi Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Jasa Salon Kecantikan dan SPA di Kota Pekanbaru). *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12), 295-310.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen* 3(1),53-62.
- Djodjoko, C. V. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1214-1224.
- Drucker, P. F. (2012). *Inovasi dan Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(2), 51-68.
- Indah, D. P., & Devie. (2013). Analisis Pengaruh Customer Relationship Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan. *Business Accounting Review*, 1(3), 1-14.
- Jati, G. P. (2014). Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis (Studi Kasus Warung Makan di Wilayah Tlogisari Semarang. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 11(3), 1-12.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.

- _____, & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Penerbit: Erlangga.
- Minci, V. Y., Samsir, & Paramitha, A. (2018). Pengaruh Praktik Total Quality Management Terhadap Kinerja Usaha dan Daya Saing Sebagai Variabel Mediasi Pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Dumai. *JOM FEB*, 1(1), 1-14.
- Moeheriono. (2012). *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nuvriasari, A. (2012). Mengelola Hubungan dengan Pelanggan pada Praktik Pemasaran Bussines to Bussines (B2B) dengan Orientasi Penciptaan Loyalitas. *Jurnal Bisnis Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 13(1), 12-21.
- Rivai, V. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan (dari Teori ke Praktik) Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Samsir, Hadiwidjojo, D., Thoyib, A., & Surachman. (2013). The Effects of Industrial Environment, Inovation, and Government Policy on Business Performance (Evidences from Riau Songket Weaving Small Industry in Riau Province). *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 10(5), 23-31.
- _____, Nursanti, A., & Zulfadil. (2017). The Effect of Product Innovation as Mediation in Relationship Between Knowledge Management to Competitive Advantage (Case Study in SME of Typical Food Products of Riau, Indonesia). *International Journal of Economic Research*, 14(2), 217-226.
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. *Jurnal Orasi Bisnis*, 7(2), 1-10.
- Sudiarta, I P. L. A. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Bangli. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 1-15.
- Taufiq, M., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, 1(2), 204-220.
- Udriyah, Tham, J., & Azam, S. M. F. (2019). The Effects of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantage and

Business Performance of Textile SMEs. *Management Science Journal*, 9(3), 20-32.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20. (2008). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Lembaran Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93.

Wibowo, E. W. (2017). Kajian Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Menggunakan Metode Balance Scorecard. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(2), 25-43.

Wijetunge, W. A. D. S. (2016). Service Quality, Competitive Advantage and Business Performance in Service Providing SMEs in Sri Lanka. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 6(7), 110-121.

Zimmerer, T. W. (2012). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.