

**PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAJEMEN, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN,  
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
(Studi Kasus Umkm Industri Kreatif Rotan Kecamatan Rumbai)**

Oleh  
**David Hermawan Sipayung<sup>1)</sup>, Restu<sup>2)</sup>, Anggia Paramitha<sup>2)</sup>**

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

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

Email : davidhermawan677@gmail.com

*The Effect Of Supply Chain Management, Entrepreneurship Orientation, And Product Innovation On Competitive Advantage (Case Study Of Msme Creative Rattan Industry, Rumbai District)*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Supply Chain Management, Entrepreneurship Orientation, and Product Innovation partially and simultaneously on competitive advantage. This research is a quantitative research conducted on 26 Rattan Handicraft creative industries in Rumbai District. The primary data of this study were data collected using a questionnaire with a Likert scale. The results of the data were processed using SPSS 23 for further analysis descriptively, and multiple regression analysis to determine the results of the research. 26 samples were selected using the Saturated sample method (from 26 population businesses of Tassel rattan handicrafts). The results of this study indicate that Supply Chain Management has an effect on the competitive advantage of the rattan handicraft business in Rumbai District. Entrepreneurship orientation affects the competitive advantage of the rattan craft business in Rumbai District. Product innovation affects the competitive advantage of the rattan craft business in Rumbai District. Supply Chain Management, Entrepreneurship Orientation, and Product Innovation simultaneously influence the competitive advantage of rattan in Rumbai District. So if the 3 variables increase at the same time, it will cause competitive advantage to increase.*

*Keywords: Supply Chain Management, Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage*

**PENDAHULUAN**

Dewasa ini pergeseran orientasi ekonomi dunia telah terjadi, seperti munculnya era ekonomi kreatif yang merupakan gelombang keempat dalam orientasi ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi (Howkins, 2001). Globalisasi di bidang media dan hiburan akan mengubah karakter dan gaya hidup, banyak usaha yang mengolah bahan baku dengan memadukannya dengan ide-ide baru yang mereka dapatkan melalui kreativitas, teknologi,

dan informasi untuk menjadi sesuatu yang bernilai jual tinggi. Oleh karena itu semakin pesatnya perkembangan dan pertumbuhan ekonomi, kondisi persaingan dan perubahan zaman yang semakin cepat, sistem perdagangan, globalisasi, stabilitas ekonomi politik dunia, dan dengan meningkatnya kompetisi orang asing dalam negeri, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerja eksternal dan internalnya agar tetap dapat bersaing di pasar (Handfield, 2002).

Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk

meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing dipasar dalam industri yang sama. Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) pada dasarnya berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan kepada pembelinya yang melebihi biaya dalam menciptakannya. Perusahaan harus mampu menciptakan produk yang bernilai tinggi dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan serta dapat memberikan kepuasan dan keuntungan kepada konsumen atas pengorbanan yang telah diberikan ( biaya) Porter (2008).

Orientasi kewirausahaan adalah konsep kewirausahaan yang merefleksikan suatu langkah, metode dan gaya organisasional secara kewirausahaan (Stevenson dan Jarillo, 1990). Untuk dapat mengalahkan pesaing yang berada di pasar, orientasi kewirausahaan diperlukan untuk ikut terlibat dalam melakukan perilaku yang inovatif, berani mengambil resiko dan bersikap proaktif (Utama dan Nadi, 2017). Industri kreatif memerlukan sebuah pengaturan maksimal guna mengetahui hubungan yang potensial antara orientasi kewirausahaan dan kapasitas inovatif pada suatu kinerja perusahaan. Atas dasar hal ini orientasi kewirausahaan memiliki kapasitas inovasi yang dapat mempengaruhi perilaku perusahaan agar dapat efektif berkembang untuk mencapai keunggulan bersaing ( Lumpkin dan Dess, 1996).

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM industri kreatif kerajinan rotan yang ada di Kelurahan Meranti Pandak, Kecamatan Rumbai, Pekanbaru. objek penelitian dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya adalah UMKM industri rotan kecamatan rumbai masih dalam proses yang sedang berkembang. Menurut Dinas Industri dan Perdagangan (2020) Kecamatan Rumbai adalah satu satunya pusat / sentra UMKM industri kreatif kerajinan rotan

yang ada di kota Pekanbaru. Industri kreatif rotan yang berada di sepanjang jalan Yos Sudarso, Kecamatan Rumbai ini kebanyakan merupakan industri kecil yang sudah ada sejak tahun 1990, dan menjadi industri kreatif rotan khas Pekanbaru yang mempunyai nilai jual yang cukup tinggi. UMKM pengerajin rotan yang penjualannya ada didalam daerah dan sampai keluar Daerah. Variasi produk-produk yang ditawarkan sangat beragam diantaranya kursi rotan, ayunan rotan, meja makan, meja tamu, mainan anak-anak (kuda-kudaan, enjut-enjutan, dan lainnya), vas bunga, lemari, perlengkapan dapur dan masih banyak lagi sesuai dengan permintaan konsumen.

Peneliti tertarik menggunakan UMKM kerajinan rotan karena Kecamatan Rumbai pada dasarnya, memiliki potensi yang cukup besar dibidang ekonomi kreatif. Kecamatan Rumbai menyumbang investasi yang cukup besar pada tahun 2018 dalam sektor industri kecil. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa tahun 2018 total investasi pada industri kecil sekitar 2.597.010 (ribuan) disumbangkan oleh Kecamatan Rumbai.

**Tabel 1 Kondisi UMKM Sentra Industri Kerajinan Rotan baru Kecamatan Rumbai**

No	Potensi	Satuan	Tahun		
			2018	2019	2020
1	Jumlah Unit Usaha	Unit	30	29	26
2	Jumlah Tenaga Kerja	Orang	127	119	107
3	Nilai Investasi	IDR(Juta)	1225	1200	1135
4	Kapasitas Produksi	Unit/set	5500	5650	4988

**Sumber :** Dinas Perindustrian dan Perdagangan (2020)

Terdapat dua pilihan dalam persaingan, ingin bersaing secara harga (*price*) atau bersaing secara nilai tambah Porter (2008). Tentu saja harga (*price*) adalah satu faktor penting yang harus diperhatikan, kondisi persaingan antara UMKM industri rotan sudah dinilai tidak sehat, berdasarkan hasil

wawancara kepada beberapa pelaku usaha rotan terdapat beberapa Usaha kecil industri rotan yang cukup baik usahanya saling mematok harga produk jauh dari harga biasanya, terdapatnya variasi harga berbeda-beda di UMKM rotan Kecamatan Rumbai, hal ini disebabkan karena setiap UMKM memiliki biaya pengeluaran operasional yang tinggi dan berbeda-beda, kondisi ini tidak sebanding dengan biaya pemasukan UMKM yang sangat rendah. Hal ini menyebabkan kebanyakan pelaku usaha lebih memilih menutup usaha, karena dinilai tidak dapat menanggung besarnya biaya pengeluaran usaha rotan ( gulung tikar).

**Tabel 1 Jumlah Unit Penjualan Kerajinan Anyaman Rotan Kelurahan Meranti pandak, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru**

No	Tahun	Unit Usaha	Omset	Presentase %
1	2016	24	1.759 unit	12,39%
2	2017	30	1.541 unit	0,19%
3	2018	29	1.538 unit	12,22%
4	2019	26	1.350 unit	12,37%
5	2020	26	1.183 unit	

**Sumber :** Dinas Koperasi dan UMKM (2020)

Ketidakpastian permintaan, UMKM rotan belum dapat memperoleh informasi yang pasti suatu produk akan terjual pada minggu ataupun hari tertentu. Sedangkan ketidakpastian pemasok seperti harga, kelangkaan, kuantitas, dan kualitas bahan baku, UMKM kerajinan rotan dihadapkan dengan sedikitnya pemilihan *supplier* sementara bahan baku rotan yang digunakan dalam produksi banyak jenisnya seperti rotan rangka dan rotan anyaman dan banyak jenis lainnya lagi. Di Riau sendiri bahan baku rotan hanya diperoleh dari kecamatan Kampar Kiri, Desa Rantau Berangin, Rokan Hilir dan beberapa pengepul rotan di daerah Kuansing. Keterbatasan lahan rotan di Riau menyebabkan bahan baku tidak memadai sehingga pelaku usaha

cenderung memesan kepada *supplier* diluar daerah seperti Jawa, Sumatera barat dan Kalimantan, dengan biaya yang lebih banyak.

**Tabel 3 Perbandingan antara Industri rotan rumbai dengan Industri rotan sintesis**

No	Indikator persaingan	Industri rotan baru Rumbai	Industri rotan sintesis	Keunggulan industri rotan rumbai
1	Harga	10.000-4.000.000	25.000-6.000.000	Memiliki harga standard dibandingkan rotan sintesis
2	Diferensiasi (variasi Produk)	Lebih 30 jenis ( sesuai permintaan konsumen)	Variasi sedikit	Memiliki variasi produk yang lebih banyak , konsumen lebih memiliki banyak pilihan
3	Desain	Menarik, desain rotan murni hasil kerajinan tangan rotan alami.	Modern dominasi sintesis buatan dari plastic	Desain lebih menarik terbuat dari rotan asli
4	Ciri khas	Produk rotan kokoh, dominasi produk yang lebih besar, warna rotan alami.	Produk sintesis lebih ringan dan memiliki variasi warna.	Mengkilap dan keras
5	Kualitas	Baik dan tahan lama	Tahan lama ,anti rayap,cenderung lebih lentur	Kualitas kuat dan tahan lama

**Sumber :** Observasi Pra survey (2020)

Berdasarkan tabel 3 Industri rotan asli Rumbai memiliki harga yang lebih unggul dibanding dengan industri rotan sintesis (*rattan handmade*), UMKM industri rotan Rumbai juga lebih unggul dalam memiliki variasi produk, kondisi persaingan yang terjadi dalam UMKM industri rotan Kecamatan Rumbai, ditandai dengan tingkat penawaran harga yang berbeda-beda dan kompetitif antara UMKM satu dengan yang lainnya.

### **Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai ?
2. Apakah *Entrepreneur orientation* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai ?
3. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap keunggulan Bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai?
4. Apakah *Supply Chain Management*, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai ?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai?
2. Untuk mengetahui Pengaruh *Entrepreneur Orientation* terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai ?
3. Untuk mengetahui Pengaruh Inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai ?
4. Untuk mengetahui pengaruh *Supply Chain Management*, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk secara simultan terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan di Kecamatan Rumbai ?

### **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi

tambahan referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai *supply chain management*, *entrepreneurship orientation* dan keunggulan bersaing khususnya dalam bidang operasional.

2. Secara Praktis

Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha khususnya Usaha Mikro kecil dan Menengah untuk dapat menyelesaikan masalah yang terjadi melalui pengembangan pada implementasi *supply chain*, *entrepreneurship orientation* dan inovasi terhadap keunggulan bersaing.

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

#### ***Supply Chain Management (SCM)***

Chopra dan Meindel (2007) menyatakan bahwa *supply chain* melibatkan seluruh bagian, baik secara langsung atau tidak langsung, untuk memenuhi permintaan konsumen. Rantai pasokan tidak hanya berkaitan dengan manufaktur dan pemasok, tetapi juga melibatkan transportasi, gudang, retailer, dan pelanggan itu sendiri. Tujuan dari *supply chain* adalah memaksimalkan keseluruhan nilai. Keseluruhan *value supply chain* adalah perbedaan diantara nilai dari produk akhir terhadap pelanggan dan upaya rantai pasokan dalam memenuhi permintaan.

Anatan dan Ellitan (2008) bahwa *SCM* sebagai integrasi proses bisnis dari pengguna akhir melalui pemasok memberikan produk, jasa, informasi, dan bahkan peningkatan nilai untuk konsumen dan karyawan. Perusahaan melalui penerapan *SCM* dapat membangun kerjasama untuk mewujudkan jaringan kerja yang terkordinasi dalam penyediaan barang maupun jasa bagi konsumen secara efisien. Berdasarkan definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *SCM* merupakan semua kegiatan yang

berkaitan dengan aliran material dan informasi mulai dari hulu hingga hilir guna meningkatkan rantai nilai di mata pelanggan (Levi *et.,al.* 2003).

### **Orientasi Kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation )**

Dalam meningkatkan kinerja superior dalam organisasi diperlukan yang diantaranya adalah orientasi kewirausahaan. Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan cenderung lebih berhasil (Lee dan Peterson, 2000 dalam Kropp, *et.,al.* 2006).

Orientasi kewirausahaan sebagai metode praktik dan pengambilan keputusan dalam berwirausaha dan sebagai pemacu perusahaan memiliki keunggulan untuk bersaing dengan kompetitornya. Menurut Porter (2008) menyatakan bahwa Orientasi Kewirausahaan sebagai berikut: "Orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama".

Menurut Drucker (1994) dalam Reswanda (2011) menyatakan Orientasi Kewirausahaan sebagai berikut: "Orientasi kewirausahaan sebagai sifat, watak atau ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh". Menurut Suryanita (2006) menjelaskan bahwa Orientasi kewirausahaan sebagai berikut: "Orientasi kewirausahaan merupakan sebagai *spearhead* (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi".

### **Inovasi Produk**

Inovasi adalah produk atau jasa yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa baru. Secara sederhana, inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan

dengan produk- produk baru. Namun Kotler (2004) menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa-jasa baru. Inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru. Menurut Buchari (2004) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru.

### **Keunggulan Bersaing**

Porter (2008) mengemukakan keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien dengan produk atau jasa yang memiliki nilai lebih atau dengan biaya yang lebih rendah dari pesaingnya. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang bersedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan. Keunggulan bersaing adalah sejauh mana sebuah organisasi mampu menciptakan posisi yang dapat dipertahankan sesuai pesaingnya. Perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Strategi bersaing dimaksudkan untuk mempertahankan tingkat keuntungan dan posisi ketika menghadapi persaingan (Goyal, 2001).

### **Kerangka Pemikiran dan Hipotesis**

#### **Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing**

Dalam Penelitian Rahmasari (2011) menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Manajemen rantai pasokan yang efektif dipengaruhi oleh pengembangan produk, strategi hubungan pemasok, perencanaan dan pengendalian, produksi dan distribusi, kualitas informasi, dan pembelian.

Penelitian Handoko *et.,al.* (2015) menyatakan efisisensi dan efektifitas *system enterprise resource system* dan praktek *supply chain* memiliki dampak yang positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan, organisasi menerapkan *supply chain* manajemen untuk menimalkan kesalahan pada proses dan menurunkan biaya pada produksi.

H1 : *Supply chain management (scm)* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Industri kreatif rotan Kecamatan Rumbai

#### **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (*Entrepreneur Orientation*) terhadap keunggulan bersaing.**

Fatmawati (2016) menyatakan semakin tinggi orientasi kewirausahaan akan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Hasil penelitian Reswanda (2012) menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Djojjobo dan Tawas (2014) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. selanjutnya temuan Mahmud dan Hanafi (2013) serta Pardi *et.,al.* (2014) juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan pemaparan di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H2 : *Entrepreneur Orientation* berpengaruh positif terhadap

keunggulan bersaing pada UMKM Industri kreatif rotan Kecamatan Rumbai.

#### **Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing**

Menurut Hubeis (2005) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan suatu perubahan yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumberdaya yang ada, memodifikasi untuk menjadikannya suatu yang bernilai menciptakan hal-hal yang berbeda, mengubah suatu bahan menjadi sumberdaya dan menggabungkan setiap sumberdaya menjadi suatu konfigurasi yang lebih produktif baik langsung ataupun tidak langsung dalam upaya meraih keunggulan bersaing. Maka dari pemaparan diatas dapat diajukan hipotesis :

H3 : Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Industri kreatif rotan Kecamatan Rumbai.

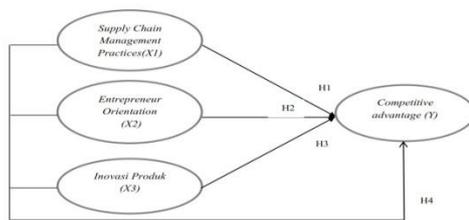
#### **Pengaruh *Supply Chain Management*, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing**

Dalam sebuah penelitian dengan variabel berganda terdapat pengaruh secara simultan. Simultan adalah sesuatu yang terjadi atau dilakukan pada waktu yang bersamaan yang tidak saling menunggu (Sentana, 2011). Dalam penelitian ini, makna simultan adalah bagaimana ketiga variabel independen *Supply Chain Management*, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen keunggulan bersaing.

H4 : *Supply Chain Management*, Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Industri kreatif rotan Kecamatan Rumbai.

## Model penelitian

**Gambar 1 Model Penelitian**



**Sumber :** Handoko *et.,al.* (2015), Zeebaree dan Siron (2017), Utaminingsih (2016)

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah UMKM industri kreatif yang berada di Kecamatan Rumbai yang bergerak dalam bidang usaha kriya rotan yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM kota Pekanbaru. Waktu penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan sejak bulan Febuari sampai bulan April 2021

### Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana peneliti berusaha untuk menemukan pengaruh langsung tidak langsung dari *variable independent*, yaitu *Supply Chain Management* dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing. Adapun sumber yang digunakan dalam peneltian ini adalah data primer dan sekunder.

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulanya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM Industri Kreatif rotan di Jalan Yosudarso, Kecamatan Rumbai. Jumlah pemilik UMKM

Industri kreatif rotan di wilayah tersebut sebanyak 26 Usaha.

#### Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2010). Penelitian ini menggunakan semua anggota populasi yang dijadikan sumber data, yaitu sebagai sampel dalam penelitian. Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan teknik *total sampling* atau sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2013) sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel. Sampel dalam penelitian ini yaitu seluruh seluruh pemilik UMKM Industri Kreatif di Jalan Yosudarso, Kecamatan Rumbai yang berjumlah 26 usaha.

### Metode Pengumpulan Data

#### 1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2009), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik riset lapangan (survei) dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi lembaran pernyataan-pernyataan mengenai *supply chain management (SCM)*, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing yang diberikan kepada pemilik UMKM Industri Kreatif di Jalan Yosudarso Kecamatan Rumbai dengan tujuan untuk memperoleh sejumlah informasi yang dibutuhkan.

#### 2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016) wawancara dapat digunakan seagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan tanya jawab kepada pelaku usaha secara tatap

muka. Melalui wawancara ini, peneliti akan mengetahui lebih dalam mengenai aktivitas proses kerja UMKM rotan kecamatan Rumbai. Sugiyono (2016) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak dapat ditemukan melalui observasi.

### 3. Survei

Penelitian survei adalah penyelidikan yang dilakukan untuk mendapatkan fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual. (Nazir, 2005). Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Singarimbun dan Sofian, 2008)

### Definisi Operasional

#### 1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun Variabel *Independent* pada penelitian ini adalah

1. *Supply Chain Management (X1)*
2. *Entrepreneur orientation (X2)*
3. *Inovasi Produk (X3)*

#### 2. Variabel terikat (*Dependent*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuan. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Y atau variabel *dependent* dalam penelitian ini yaitu keunggulan bersaing (*Competitive advantage*).

#### Metode Analisis data

### Analisis Deskriptif

Analisis dilakukan dengan cara pendekatan deskriptif yang digunakan untuk pemecahan masalah adalah dengan menguraikan data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar seperti literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Menurut Sugiyono (2013) analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi yang variabel bebasnya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Variabel bebas dalam penelitian ini lebih dari dua variabel, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda. Menurut Sugiyono (2013) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keunggulan bersaing
- b<sub>0</sub> = Konstanta
- b<sub>1</sub>-b<sub>3</sub> = Koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = *Supply Chain Management*
- X<sub>2</sub> = *Orientasi kewirausahaan*
- X<sub>3</sub> = *Inovasi produk*
- E = *Standar error*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 5 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Supply chain management (X1)</i>	26	43.00	65.00	52.3077	6.05157
<i>Entrepreneur Oriented (X2)</i>	26	25.00	55.00	43.5000	6.79559
<i>Inovasi produk (X3)</i>	26	16.00	35.00	27.4231	4.33749
<i>Competitive advantage (Y)</i>	26	34.00	74.00	60.1923	9.08193
Valid N (listwise)	26				

Sumber : Data Olahan SPSS (2021)

1. *Supply chain management (X1)* memiliki rata-rata (*mean*) dari 26 data obeservasi sebesar 52.3077 dengan standar deviasi sebesar 6.05157. Nilai minimum sebesar 43.00 dan nilai maksimum sebesar 65.00.
2. *Entrepreneur Oriented (X2)* memiliki rata-rata (*mean*) dari 26 data obeservasi sebesar 43.5000 dengan standar deviasi sebesar 6.79559. Nilai minimum sebesar 25.00 dan nilai maksimum sebesar 55.00.
3. *Inovasi produk (X3)* memiliki rata-rata (*mean*) dari 26 data obeservasi sebesar 27.4231 dengan standar deviasi sebesar 4.33749. Nilai minimum sebesar 16.00 dan nilai maksimum sebesar 35.00.
4. *Competitive advantage (Y)* memiliki rata-rata (*mean*) dari 26 data obeservasi sebesar 60.1923 dengan standar deviasi sebesar 9.08193. Nilai minimum sebesar 34.00 dan nilai maksimum sebesar 74.00

### Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahhan suatu instrumen. Suatu alat ukur yang valid memiliki validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut kurang valid. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk mengetahui kesalahan atau instrument adalah teknik korelasi *product moment*

**Tabel 6 Uji Validitas Data**

Variabel	Indikator	Corrected item-total correlation	R tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
X1	Indikator 1	0,659	0,3882	Valid
	Indikator 2	0,574	0,3882	Valid
	Indikator 3	0,602	0,3882	Valid
	Indikator 4	0,582	0,3882	Valid
	Indikator 5	0,529	0,3882	Valid
	Indikator 6	0,841	0,3882	Valid
	Indikator 7	0,606	0,3882	Valid
	Indikator 8	0,625	0,3882	Valid
	Indikator 9	0,543	0,3882	Valid
	Indikator 10	0,460	0,3882	Valid
	Indikator 11	0,455	0,3882	Valid
	Indikator 12	0,435	0,3882	Valid
	Indikator 13	0,445	0,3882	Valid
X2	Indikator 1	0,769	0,3882	Valid
	Indikator 2	0,509	0,3882	Valid
	Indikator 3	0,613	0,3882	Valid
	Indikator 4	0,850	0,3882	Valid
	Indikator 5	0,895	0,3882	Valid
	Indikator 6	0,833	0,3882	Valid
	Indikator 7	0,850	0,3882	Valid
	Indikator 8	0,895	0,3882	Valid
	Indikator 9	0,833	0,3882	Valid

Variabel	Indikator	Corrected item-total correlation	R tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
	Indikator 10	0,790	0,3882	Valid
	Indikator 11	0,793	0,3882	Valid
X3	Indikator 1	0,725	0,3882	Valid
	Indikator 2	0,511	0,3882	Valid
	Indikator 3	0,846	0,3882	Valid
	Indikator 4	0,929	0,3882	Valid
	Indikator 5	0,824	0,3882	Valid
	Indikator 6	0,754	0,3882	Valid
Y	Indikator 1	0,449	0,3882	Valid
	Indikator 2	0,487	0,3882	Valid
	Indikator 3	0,438	0,3882	Valid
	Indikator 4	0,896	0,3882	Valid
	Indikator 5	0,917	0,3882	Valid
	Indikator 6	0,824	0,3882	Valid
	Indikator 7	0,807	0,3882	Valid
	Indikator 8	0,438	0,3882	Valid
	Indikator 9	0,896	0,3882	Valid
	Indikator 10	0,917	0,3882	Valid
	Indikator 11	0,807	0,3882	Valid
	Indikator 12	0,438	0,3882	Valid
	Indikator 13	0,917	0,3882	Valid

Sumber : Data olahan

### Uji Reliabilitas

**Tabel 7 Uji Reliabilitas**

Variabel	N of item	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
X1	13	0,818	0,60	Reliable
X2	11	0,937	0,60	Reliable
X3	6	0,849	0,60	Reliable
Y2	13	0,930	0,60	Reliable

Sumber : Data olahan

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam permodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang bias. Dalam uji asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

**Tabel 8 One-Sample Kolmogorov-Smirnov**

Test	Unstandardized Residual
N	26
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean .0000000 Std. Deviation 1.97903039
Most Extreme Differences	Absolute .087 Positive .061 Negative -.087
Test Statistic	.087
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

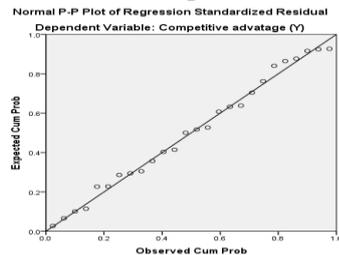
- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data olahan

Dari data diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan menunjukkan angka 0.200. sesuai dengan pedoman normalitas bahwa nilai ini lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data ini memiliki distribusi data yang normal.

Selain itu dari tabel kolmogrof Smirnov, untuk menentukan uji normalitas juga bisa dilihat dari data diagram P-plot berikut ini :

**Gambar 2 Diagram P-Plot**



Sumber : Data olahan

Dari diagram P-P Plot menunjukkan bahwa titik pada diagram fokus pada 1 garis diagonal. Hal ini membuktikan bahwa data pada penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 9 Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
<i>Supply chain management (X1)</i>	.862	1.160
<i>Entrepreneur Oriented (X2)</i>	.574	1.744
<i>Inovasi produk (X3)</i>	.605	1.654

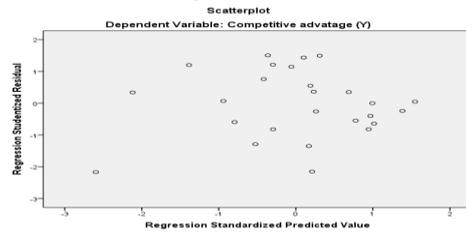
a. Dependent Variable: Competitive advatage (Y)

Sumber: Data olahan

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pada ketiga variabel memiliki nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF memiliki nilai <10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada persamaan regresi yang dihasilkan.

### Uji Heterokedastisitas

**Gambar 3 Uji Heterokedastisitas**



Sumber : Data olahan

Dari grafik titik-titik tersebar di sekitar nol pada sumbu vertikal dan tidak membentuk pola tertentu atau terlihat acak, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas atau bersifat homogen.

**Tabel 10 Hasil Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.079	.292
	<i>Supply chain management (X1)</i>	.415	.682
	<i>Entrepreneur Oriented (X2)</i>	.595	.558
	<i>Inovasi produk (X3)</i>	-1.840	.079

a. Dependent Variable: Competitive Advantage (Y)

Sumber : Data olahan

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa nilai sig secara keseluruhan > 0,05, maka dapat disimpulkan lolos uji heterokedastisitas.

### Analisis Persamaan Regresi

**Tabel 12 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19.099	5.208		3.667	0.001
	<i>Supply chain management (X1)</i>	0.43	0.075	0.287	5.727	0
	<i>Entrepreneur Oriented (X2)</i>	0.237	0.082	0.177	2.889	0.009
	<i>Inovasi produk (X3)</i>	1.695	0.125	0.81	13.551	0

a. Dependent Variable: Competitive advatage (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel diatas maka didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 19,099 + 0,430 X_1 + 0,237 X_2 + 1,695 X_3 + e$$

Persamaan regresi dapat menjelaskan bagaimana bentuk pengaruh dari setiap variabel bebas pada variabel terikat, interpretasi yang dapat dijelaskan dari model regresi yang terbentuk diatas :

1. Nilai koefisien regresi X1 0,430 artinya adalah bahwa apabila variabel *Supply chain management (X1)* meningkat sebesar 1 satuan maka *Competitive advantage (Y)* juga akan meningkat sebesar 0,430 dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
2. Nilai koefisien regresi X2 0,237 artinya adalah bahwa apabila variabel *Entrepreneur Oriented (X2)* meningkat 1 satuan, maka *Competitive advantage (Y)* juga akan meningkat sebesar 0,237 dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
3. Nilai koefisien regresi X3 1,695 artinya adalah bahwa apabila variabel Inovasi produk (X3) meningkat sebesar 1 satuan maka *Competitive advantage (Y)* juga akan meningkat sebesar 1,695 dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan (*ceteris paribus*).
4. Standar error (*e*) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

#### Uji Hipotesis

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu analisis uji simultan, uji parsial, dan koefisien determinasi

#### Uji Parsial ( T )

Tabel 13 Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	19.099	5.208		3.667	.001
	<i>Supply chain management (X1)</i>	.430	.075	.287	5.727	.000
	<i>Entrepreneur Oriented (X2)</i>	.237	.082	.177	2.889	.009
	<i>Inovasi produk (X3)</i>	1.695	.125	.810	13.551	.000

a. Dependent Variable: Competitive advantage (Y)

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (*2-tailed*) dengan Persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= n - k - 1 ; \alpha/2 \\ &= 26 - 3 - 1 ; 0,05/2 \\ &= 22 ; 0,025 \\ &= \pm 2.07387 \end{aligned}$$

#### Keterangan

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Dengan demikian maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai t hitung variabel *Supply Chain Management (X1)* sebesar 5.727 > t tabel (2.07387) dengan signifikansi (0.000) < 0.05. Artinya adalah bahwa variabel *Supply Chain Management (X1)* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y).
2. Nilai t hitung variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) sebesar 2.889 > t tabel (2.07387) dengan signifikansi (0.009) < 0.05. Artinya adalah bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing (Y).
3. Nilai t hitung variabel Inovasi Produk (X3) sebesar 13.551 > t tabel (2.07387) dengan signifikansi (0.000) < 0.05. Artinya adalah bahwa variabel Inovasi Produk (X3) berpengaruh positif signifikan

terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y).

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 14 Uji Simultan ( Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1964.124	3	654.708	147.104	.000 <sup>b</sup>
Residual	97.914	22	4.451		
Total	2062.038	25			

a. Dependent Variable: Competitive advantage (Y)  
 b. Predictors: (Constant), Inovasi produk (X3), Supply chain management (X1), Entrepreneur Oriented (X2)  
 Sumber :Data olahan

Diketahui F hitung sebesar 147,104 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 F \text{ tabel} &= n - k - 1 ; k \\
 &= 26 - 3 - 1 ; 3 \\
 &= 22 ; 3 \\
 &= 3,05
 \end{aligned}$$

Keterangan

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas

l : konstan

Dengan demikian diketahui F hitung (147,104) > F tabel (3,05) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah variabel *supply chain management* (X1), orientasi kewirausahaan (X2), dan inovasi produk (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel keunggulan bersaing (Y).

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 15 Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.876 <sup>a</sup>	.683	.646	2.10965	1.531

a. Predictors: (Constant), Inovasi produk (X3), Supply chain management (X1), Entrepreneur Oriented (X2)

b. Dependent Variable: Competitive advantage (Y)

Sumber: Data olahan

Dari tabel nilai R Square 0.683 artinya adalah bahwa persentase pengaruh variabel *Supply chain Management* (X1), *Entrepreneur Oriented* (X2), dan Inovasi Produk terhadap variabel keunggulan bersaing (Y) adalah sebesar 68,3% Sedangkan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh *Supply Chain Management* terhadap keunggulan bersaing (*competitive advantage*)

Diperoleh Nilai t hitung variabel *Supply Chain Management* (X1) sebesar 5.727 > t tabel (2.07387) dengan signifikansi (0.000) < 0.05. Artinya adalah bahwa variabel *Supply Chain Management* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y). Jadi semakin baik penerapan manajemen rantai pasok dapat meningkatkan keunggulan bersaing. UMKM rotan kecamatan rumbai menerapkan manajemen rantai pasok dengan menjaga hubungan baik terhadap pemasok yang memperkuat daya tawar menawar dan memperoleh bahan produksi yang lebih murah dan dapat menghasilkan produk yang lebih murah dan bersaing dibanding kompetitor sehingga meningkatkan keunggulan bersaingnya.

### Pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing (*competitive advantage*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan Kecamatan Rumbai. Nilai t hitung variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) sebesar 2.889 > t tabel (2.07387) dengan signifikansi (0.009) < 0.05. Artinya adalah bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing (Y).

### Pengaruh Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing (*competitive advantage*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi produk diperoleh nilai hitung t sebesar 13.551 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( 0,000 < 0,05) dan koefisien regresi mempunyai nilai

positif sebesar 1.695. Berdasarkan hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh variabel inovasi produk terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan Kecamatan Rumbai. Seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan Curatman *et.,al.* (2016) tentang analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap keunggulan bersaing UKM dan minuman diwilayah Harjamukti kota Cirebon menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing.

### **Pengaruh *Supply Chain Management*, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan bersaing**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Supply Chain Management*, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Artinya adalah variabel *Supply Chain Management*, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Berdasarkan Uji Simultan (Uji F) disimpulkan  $F_{hitung} (147,104) > F_{tabel} (3,05)$  dengan  $Sig. (0,000) < 0,05$ . Artinya adalah variabel *supply chain management* (X1), orientasi kewirausahaan (X2), dan inovasi produk (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel keunggulan bersaing (Y).

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. *Supply Chain Managemnt* berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan Kecamatan Rumbai. maka hipotesis (H1) dalam penelitian ini diterima. Artinya jika *Supply Chain Management* meningkat maka keunggulan bersaing juga meningkat.

2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan kecamatan Rumbai. maka hipotesis (H2) dalam penelitian ini dapat diterima. Artinya, jika orientasi kewirausahaan meningkat maka keunggulan bersaing juga meningkat.
3. Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM rotan Kecamatan Rumbai. Maka hipotesis (H3) dalam penelitian ini diterima. Artinya adalah jika inovasi produk meningkat maka keunggulan bersaing juga meningkat.
4. *Supply Chain Management* (X1), orientasi kewirausahaan (X2), dan inovasi produk (X3) memiliki pengaruh secara simultan atau bersamaan kepada keunggulan bersaing (Y) UMKM rotan di Kecamatan Rumbai. Sehingga jika ke-3 variabel meningkat dalam waktu bersamaan maka akan menyebabkan keunggulan bersaing meningkat. Maka Hipotesis (H4) dapat diterima.

### **Saran**

1. Agar penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain untuk menentukan keunggulan bersaing .
2. UMKM rotan Kecamatan Rumbai diharapkan dapat terus meningkatkan *Supply Chain Management* dengan berhubungan dengan pemasok, hubungan pelanggan, dan berbagi informasi pada usaha UMKM agar dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya melalui harga, kualitas, inovasi, pengiriman yang tepat dan waktu kepasar sehingga lebih unggul dari pesaing,
3. Keunggulan bersaing UMKM rotan Kecamatan Rumbai perlu ditingkatkan lagi yaitu dengan mengupayakan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi

kriya rotan relatif kecil yaitu mendapatkan bahan baku langsung dari perusahaan sebagai suplier tanpa melalui agen atau pedagang. Oleh karena itu guna menjalin kemitraan UMKM rotan hendaknya memberdayakan koperasi yang ada sehingga rantai bahan baku semakin pendek.

4. Hendaknya agar orientasi kewirausahaan selalu diperhatikan dengan cara UMKM rotan lebih proaktif, inovatif dan berani mengambil resiko dalam menghadapi persaingan dengan cara membuat produk kriya rotan dengan berbagai variasi (produk baru) yang berkualitas sehingga dapat menghasilkan suatu keunikan (ciri khas) yang diharapkan dapat meningkatkan keunggulan bersaing UMKM rotan.
5. Selain itu keikutsertaan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM sangat diperlukan yaitu melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan UMKM dengan menyediakan pelatihan dan bimbingan berkesinambungan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L. (2014) 'Factors Influencing Supply Chain Competitive Advantage and Performance', *International journal of business and information*, 9(3), pp. 311–334.
- Handoko, B. L., Aryanto, R. and So, I. G. (2015) 'The Impact of Enterprise Resources System and Supply Chain Practices on Competitive Advantage and Firm Performance: Case of Indonesian Companies', *Procedia Computer Science*, 72(March 2016), pp. 122–128. doi: 10.1016/j.procs.2015.12.112.
- Howkins, John. 2001. *The Creative economy: How people make money*

*from ideas. penguins books*

- Kee, D. M. H. and Rahman, N. A. (2020) 'Entrepreneurial Orientation, Innovation and SME Performance: A Study of SMEs in Malaysia using PLS-SEM', *GATR Global Journal of Business Social Sciences Review*, 8(2), pp. 73–80. doi: 10.35609/gjbssr.2020.8.2(1).
- Rahmasari, L. (2019) 'Analisis Pengaruh Supply Chain Integration, Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing', 21(1), pp. 33–38.
- Reswanda (2012) 'Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pembelajaran organisasi, keunggulan daya saing berkelanjutan, kinerja usaha UMKM kerajinan kulit berorientasi ekspor di Sidoarjo', XI(2), pp. 65–91.
- Tawas, H. and Djodjoko, C. (2014) 'Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), pp. 1214–1224. doi: 10.35794/emba.v2i3.5800.
- Utaminingsih, A. (2016) 'Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara', *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), pp. 77–87. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/149462-ID-pengaruh-orientasi-pasar-inovasi-dan-kre.pdf>.
- Wulandari, W., Sari, R. N. and L, A. A. (2017) 'Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja

- Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing', *Jurnal Ekonomi*, 21(3), pp. 462–479. doi: 10.24912/je.v21i3.31.
- Zeebaree, M. R. and Siron, R. B. (2017) 'International Review of Management and Marketing The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs', *International Review of Management and Marketing*, 7(1), pp. 43–52. Available at: <http://www.econjournals.com>.
- Janie, D.N (2012) 'Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda Dengan SPSS, Semarang University Press, ISBN 978-602-9019-8
- Pardi, suharyono, arifin zainul (2014) the effect of market orientation and entrepreneurial toward innovation, competitive advantages and marketing performance.europa journal of bussines and management. 6 (21) : 69-90
- Imas Fatimah, Ida Nurmida (2018) Analisis Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan bersaing Pada UKM dikota Serang. *Jurnal riset bisnis dan riset investasi*. ISSN 2460-8211
- Hubeis. Musa, (2005) Manajemen kreatifitas dam inovasi dalam bisnis.
- Sentana , I wayan budi, (2011) Implementasi five Cs of kredit dan system informasi KSU nawa eka cita. *Konfrensi nasional system dan informatika*.