

**ANALISIS PERENCANAAN STRATEGI DAN INOVASI
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING
(Studi pada:UMKM Makanan Tradisional Kota Sukabumi)**

Nevi Afriani¹

R. Deni Muhammad Danial²

Kokom Komariah³

¹⁻³Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Indonesia

¹neviafriani39@gmail.com

²rdmdanial043@ummi.ac.id

³Ko2mpuspa@ummi.ac.id

ABSTRACT

The study aims to determine how much influence strategic planning and innovation have on competitive advantage in Sukabumi City Traditional food Smes. Respondents in this study totaled 70 people who were shown to MSME actors in Sukabumi City Traditional Snacks. This research method uses quantitative research methods with an associative descriptive approach and the sample technique used is saturated sample technique. In this study, the normality test, simultaneous statistical test (F test) and partial statistical test (T test) were carried out. The results of this study indicate that there is a significant influence between strategic planning, innovation and competitive advantage with a result of $38.670 > 3.134$, which means that the calculated F value is greater than the F table. In strategic planning (X1) it has a significant effect on competitive advantage (Y), this is evidenced by the value obtained from the result of T count $>$ T table ($2.180 > 1.667$). Innovation (X2) has a significant effect on competitive advantage (Y), this is evidenced with a calculated T value that is greater than T table ($5.106 > 1.667$).

Keywords : Strategic planning, Innovation, Competitive Advantage

PENDAHULUAN

Pada masa revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0, salah satu penggerak perekonomian Indonesia usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang keterkaitan dengan signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian adanya sektor UMKM dapat menjadikan sumber usaha pendorong dalam pembangunan ekonomi pada masa kini dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat serta mengurangi angka pengangguran. Pergerakan sektor UMKM terbilang lebih cepat dibandingkan dengan usaha lainnya dikarenakan dapat menyesuaikan dengan permintaan pasar (Sedyastuti, 2018). Perkembangan UMKM yang pesat juga

menghantarkan persaingan diantara UMKM, berdasarkan data yang diambil dari databoks katadata.co.id (Ahdiat, 2022) menyatakan bahwa jumlah UMKM pada tahun 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit. Indonesia mendorong terhadap laju pengembangan dan pertumbuhan UMKM. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran dalam menaikkan daya beli masyarakat untuk menjadi katup pengaman dan situasi krisis moneter dan memiliki kontribusi besar bagi penggerak perekonomian nasional dengan kegiatan usaha UMKM yang mencakup hampir semua lapangan usaha (Anggraeni et al, 2019)

UMKM memiliki peran besar bagi pertumbuhan perekonomian, akan tetapi pada kenyataannya memiliki ketahanan dalam daya saing cukup rendah yang disebabkan berbagai keterbatasan, baik dari sumber daya manusianya yang kurang kreatif dalam berinovasi maupun kurangnya modal dalam mencari pasar baru (Harjadi & Wachjuni, 2019). Atas hal tersebut, strategi dalam mengembangkan UMKM harus lebih ditingkatkan dengan melakukan pemberdayaan dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan lebih menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat menjadikan sumber pendapatan dalam meningkatkan kesejahteraan (Sulistiyani et al, 2020). Keunggulan bersaing memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan suatu usaha dengan melakukan pembaharuan inovasi untuk mengembangkan UMKM seperti makanan tradisional. Usaha mikro kecil dan menengah pada industri makanan tradisional yaitu merupakan salah satu alternatif yang dapat meningkatkan serta memajukan pertumbuhan ekonomi tersebut dengan cara membuat inovasi produk (Rosmayani & Mardatillah, 2021). Kemampuan UMKM dalam mewujudkan keunggulan bersaing perlu mempunyai dukungan perencanaan strategi yang baik guna menompang UMKM terhadap tujuan, aturan serta strategi dalam pembuatan konsep agar dapat diterapkan terhadap tujuan utama bagi UMKM tersebut dan memudahkan untuk memajukan usaha mencapai target tujuan serta memperbaiki kekurangan yang ada sebelumnya baik dari segi kualitas ataupun sistem (Elisa, 2020). Dalam perencanaan strategi diperlukan adanya dukungan juga inovasi yang baik dalam menjalankan sebuah usaha, tentunya bagi setiap pelaku usaha menciptakan pengembangan baru dalam membuat ide kreatif dan inovatif cara agar masyarakat tertarik terhadap makanan tradisional.

Kota Sukabumi merupakan kota perdagangan sehingga banyak

masyarakat yang memanfaatkan hal ini dengan membuka bisnis terutama dibidang kuliner. Adapun UMKM yang akan diteliti oleh penulis yaitu UMKM makanan tradisional. Makanan tradisional merupakan makanan yang memiliki cita rasa yang begitu khas dari suatu daerah dibanding dengan makanan-makanan korean food saat ini. Salah satu makanan tradisional Kota Sukabumi yang masih diketahui oleh banyaknya masyarakat yaitu mochi, kue jahe, bandros, rengginang, sekoteng dan masih banyak lagi makanan tradisional lainnya. Upaya tersebut untuk menjaga kearifan lokal dengan mengenal lebih luas lagi pada jenis-jenis makanan tradisional. Dalam menghadapi persaingan saat ini para pelaku UMKM makanan tradisional harus memiliki keunggulan bersaing agar makanan tradisional tetap unggul menjadi ciri khas yang dimiliki setiap daerahnya dan mampu mempertahankan perekonomian mereka tetap stabil (Prawoto & Basuki, 2021).

Perencanaan Strategi

Menurut (Suwono, 2018) perencanaan strategi merupakan suatu proses perencanaan yang dibutuhkan untuk mempertahankan tujuan suatu UMKM pada masa yang akan datang serta sebuah lingkungan luar yang begitu cepat adanya perubahan. Oleh sebab itu, harus menetapkan arahan pada UMKM salah satunya visi dan misi yang kuat untuk mempertahankan di masa depan. Tidak hanya itu perencanaan strategi juga menentukan kebijakan dan program apa saja selama waktu yang ditetapkan.

Inovasi

Merupakan sebuah pandangan yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional yang dapat meningkatkan kemajuan perekonomian dibandingkan pesaing lainnya. Kemampuan inovasi tentunya kunci utama bagi perkembangan ekonomi UMKM atau usaha apapun yang dimana perubahan tersebut mempengaruhi pada tingkat

perekonomian. Semakin canggih teknologi semakin berturunnya pula industri lama yang menurun, dengan adanya inovasi dapat menciptakan terobosan baru dalam menghasilkan sebuah produk baru (Rahmasari, 2021).

Keunggulan Bersaing

Dapat diartikan sebagai keunggulan strategi suatu UMKM yang bekerja sama untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang lebih efisien di pasarnya. Strategi yang dapat diwujudkan harus bersifat selaras untuk mencapai keberhasilan pada suatu UMKM. Maka nilai serta keuntungan suatu UMKM juga menghasilkan keuntungan bagi konsumennya itu sendiri, oleh sebab itu konsumen memberikan pendapat pada nilai perbandingan antara dan pembelian produk yang akan di belinya (Dalimunthe, 2017).

METODE

Metode penelitian merupakan cara ilmiah agar dapat memperoleh data dengan mempunyai target serta kebenaran secara jelas. Pada saat memulai penelitian, sebaiknya penulis menentukan terlebih dahulu metode yang akan digunakan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif dan asosiatif, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Metode deskriptif ialah penelitian yang mengarahkan untuk membagi fenomena informasi dan keadaan sekitar secara terstruktur dan benar. Dalam penelitian deskriptif tentunya layak mengarahkan bahwa

tidak harus mencari perbandingan antara variabel satu dengan variabel lainnya (Hardani, 2020). Metode asosiatif merupakan metode yang menggambarkan mengenai hubungan yang saling signifikan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perencanaan strategi (X1) dan inovasi (X2) terhadap keunggulan bersaing.

Populasi dalam penelitian ini di tunjukan kepada para pelaku UMKM makanan tradisional dengan jumlah sampel sebanyak 70 UMKM makanan tradisional Kota Sukabumi. Menurut (Sugiyono, 2019) mengemukakan bahwa populasi yaitu wilayah atau kawasan generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis yang akan diteliti dan dipelajari kemudian di tarik kesimpulannya. Teknik dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling non probability* dengan menggunakan sampel jenuh. Menurut (Sugiyono, 2022) mengatakan bahwa *sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

HASIL PENELITIAN

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidak ya data yang disebar dalam penelitian ini. Perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan uji kolmogrov smirnov yang dimana jika nilai probabilitasnya lebih besar dari tingkat kepercayaan 0,05, maka model regresi dinyatakan normal. Pengujian normalitas dihitung dalam *Software SPSS21*.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	70
Normal Parameters ^{a,b} Mean	.0000000

	Std. Deviation	5.76229807
	Absolute	.074
Most Extreme Differences	Positive	.071
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		.622
Asymp. Sig. (2-tailed)		.834

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber: Diolah Oleh Peneliti,2023

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah diolah pengujian normalitas perencanaan strategi (X1 dan inovasi (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) memperoleh nilai probabilitas sebesar 0.834 sehingga dapat dinyatakan normal karena melebihi nilai kepercayaan 0.05.

Uji Signifikan Simultan F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* terhadap *dependent* yaitu perencanaan strategi dan inovasi terhadapkeunggulan bersaing.

Tabel.2 Hasil Pengujian Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2644.690	2	1322.345	38.670	.000 ^b
Residual	2291.081	67	34.195		
Total	4935.771	69			

a. Dependent Variable: Keunggulan

Bersaing

b. Predictors: (Constant), Inovasi, Perencanaan Strategi

Sumber: Diolah Oleh Peneliti,2023

Berdasarkan hasil pengolahan yang ditunjukkan pada tabel 2 maka dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung variabel perencanaan strategi perencanaan strategi (X1) dan inovasi (X2) berpengaruh simultan terhadap

keunggulan bersaing sebesar 38.670 dengan F tabel yaitu 3.134. maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel perencanaan strategi dan inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent* terhadap *dependent*. Uji ini dilakukan agar dapat diketahui terhadap kuatnya variabel perencanaan strategi dan inovasi terhadap keunggulan bersaing.

Tabel 3. Hasil Pengujian Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	36.970	6.423		5.756	.000
Perencanaan Strategi	.213	.098	.237	2.180	.033
Inovasi	.566	.111	.556	5.106	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan

Bersaing

Sumber: Diolah Oleh Peneliti,2023

Pengaruh Perencanaan Strategi (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas nilai t hitung variabel perencanaan strategi (X1) terhadap keunggulan bersaing (Y) memperoleh nilai sebesar

2.180. dengan taraf kesalahan 5% atau 0,05 dan $db=(n-1)70-1=69$ dan memperoleh nilai t tabel sebesar 1.667.

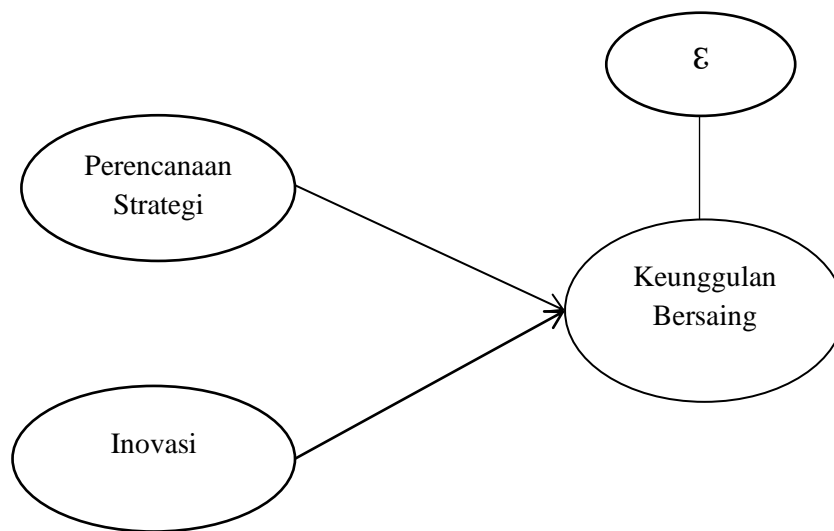
Berdasarkan hasil t tabel pengujian diatas dapat dilihat bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yang dimana nilai t hitung $2.180 > t$ tabel 1.667. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara perencanaan strategi (X1) terhadap keunggulan bersaing (Y).

Pengaruh Inovasi (X2) terhadap Keunggulan Bersaing(Y)

Berdasarkan perhitungan diatas t hitung variabel inovasi (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) memperoleh nilai sebesar 5.106. Dengan taraf kesalahan 5% atau 0,05 dan $db=70-1=69$ dan memperoleh nilai t tabel sebesar 1.667.

Berdasarkan t tabel pengujian diatas bahwa t hitung lebih besar dari t tabel yang dimana nilai t hitung $5.106 > t$ tabel 1.667. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara inovasi (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y).

KERANGKA MODEL



Sumber: Diolah Peneliti,2023
Gambar 1.Kerangka Model Penelitian

Operasional Variabel

Operasional variabel memaparkan terkait pengukuran variabel yang akan diteliti dan menunjukan adanya korelasi antar variabel dari konsep yang ada dan dapat menentukan indikator variabel yang akan digunakan dalam melakukan penelitian. Operasional variabel digunakan sebagai pedoman atau patokan dalam pembuatan instrumen penelitian sehingga dapat

menggambarkan serta mengukur pengaruh variabel seperti hipotesis penelitian yang telah diduga dengan mengolah data melalui metode penelitian dan alat statistika tertentu. Penulis menggunakan operasionalisasi variabel tentang analisis perencanaan strategi dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Berikut tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini.

Tabel 1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
Perencanaan strategi	Misi UMKM	Perencanaan UMKM	Perencanaan strategi pada UMKM didasari melalui perencanaan yang telah disiapkan dengan upaya agar mencapai tujuan UMKM	Interval	1	
		Penjualan	Dalam mewujudkan misi suatu UMKM, dibutuhkan peningkatan dalam penjualan	Interval	2	
		Mendapatkan keuntungan	Dalam mendapatkan keuntungan UMKM diperlakukan adanya peningkatan penjualan dan kualitas kinerja	Interval	3	
Tujuan yang dicapai	Keberhasilan UMKM	Keberhasilan UMKM	Diperlukannya kualitas kinerja untuk mencapai keberhasilan UMKM	Interval	4	
			Kualitas UMKM	Dalam mencapai tujuan suatu UMKM, perlukanya adanya kualitas yang baik agar tercapainya suatu tujuan	Interval	5
			Kejelasan tujuan UMKM	Dalam mencapai tujuan UMKM diharuskan UMKM	Interval	6

			memiliki suatu kejelasan kedepannya		
	Pemilihan dan pengembangan strategi	Ketepatan	Ketepatan UMKM dalam mengembangkan strategi	interval	7
		Kesesuaian	Kesesuaian para pelaku UMKM dalam mengembangkan strateginya	interval	8
		Kenyamanan	Kenyamanan pelaku UMKM dalam memilih dan mengembangkan strategi	interval	9
Inovasi	Inovasi Produk	Kreativitas	Dalam mengembangkan suatu UMKM dibutuhkan adanya kreativitas terhadap produk	Interval	10
		Varian produk	Dalam memenuhi kebutuhan konsumen UMKM mampu mengeluarkan produk baru yang bervariasi	interval	11
		Perbaikan produk	Dalam inovasi produk diperlukan adanya perbaikan produk terhadap produk lama	Interval	12
	Inovasi proses	Kecepatan proses produksi	dalam memenuhi kebutuhan konsumen UMKM harus memiliki kecepatan dalam	Interval	13

			proses produksi terhadap produk		
		Keandalan proses produksi	Dalam proses produksi para pelaku UMKM harus memiliki keahlian khusus dalam bidang produksinya agar memenuhi kebutuhan konsumen	Interval	14
		Ketahanan bahan baku	Dalam proses produksi pada UMKM harus memiliki kualitas bahan baku yang baik agar mempertahankan keberadaan pelanggan	Interval	15
Inovasi pasar	Harga		Untuk mencapai target pasar para pelaku UMKM menetapkan harga sesuai pangsa pasar	Interval	16
		Penempatan produk	Dalam upaya mencapai target pasar suatu UMKM harus memiliki teknik pemasaran yang baik	Interval	17
		Kinerja pemasaran	Suatu UMKM harus memiliki kinerja pemasaran yang baik dalam pertumbuhan penjualan serta mendapatkan kepuasan pelanggan	Interval	18
Keunggulan bersaing	fleksibilitas	Fleksibilitas logistik	Kemampuan pelaku UMKM dalam menerima	Interval	19

		dan mengirimkan produk		
	Fleksibilitas Pasar	Pelaku UMKM harus menyesuaikan hubungan dekat dengan pelanggan	Interval	20
	Fleksibilitas produk	Kemampuan Para pelaku UMKM dalam menawarkan jenis produknya	Interval	21
Kualitas	Kualitas produk	Upaya UMKM dalam menciptakan produk yang berkualitas sesuai keinginan konsumen	Interval	22
	Kualitas pelayanan	Upaya UMKM memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen untuk meningkatkan kualitas UMKM	Interval	23
	Kualitas harga	Pelaku UMKM memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan kepada konsumen	Interval	24
Pengiriman	Kecepatan pengiriman	Pelaku UMKM memberikan pelayanan yang baik dalam kecepatan pengiriman	Interval	25
	Kualitas pengiriman	Upaya UMKM dalam meningkatkan kualitas pengiriman terhadap	Interval	26

		kepuasaan konsumen		
	Keamanan pengiriman	UMKM berupaya meningkatkan keamanan pengiriman produk	Interval	27
Biaya	Biaya produksi	Upaya UMKM terhadap biaya produksi yang dikeluarkan	Interval	28
	Kapasitas produksi	Kemampuan tenaga kerja terhadap permintaan konsumen dengan persediaan produksi yang ada	Interval	29
	Persediaan Produk	Adanya upaya UMKM dalam memperbaharui produk sebelumnya agar lebih baik	Interval	30

Sumber : (Diolah Oleh Peneliti,2023)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang peneliti lakukan mengenai perencanaan strategi dan inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Makanan Tradisional Kota Sukabumi, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan perencanaan strategi yang berdimensi misis UMKM, tujuan yang dicapai dan pemilihan dan pengembangan strategi sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Suatu UMKM makanan

tradisional dapat menjadi stabil atau penjualan semakin meningkat jika UMKM makanan tradisional menggunakan perencanaan strategi dan begitu pula sebaliknya, jika UMKM makanan tradisional menggunakan perencanaan strategi dan begitu pula sebaliknya, jika UMKM makanan tradisionl tidak memaksimlkan perencanaan strategi maka UMKM tersebut tidak stabil apabila mengalami penurunan. Hampir kebanyakan dari mereka

yang hanya sekedar berjualan saja tanpa tahu bahwa pada saat ini persaingan semakin ketat. Hal ini sangat berpengaruh dalam strategi kedepannya dalam meningkatkan UMKM makanan tradisional. Perencanaan strategi pada UMKM makanan tradisional memiliki pengaruh yang baik, hal ini dapat dilihat dari respon pelaku UMKM terhadap pernyataan mengenai indikator-indikator variabel perencanaan strategi berada pada area tinggi pada garis kontinum.

2. Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parsial (Uji T) menunjukkan bahwa perencanaan strategi memberikan pengaruh positif dan signifikan pada UMKM makanan tradisional di Kota Sukabumi. Ketika pelaku UMKM makanan tradisional membangun dan sudah menerapkan perencanaan strategi untuk kedepannya tentunya akan lebih berkembang dan meningkat.
3. Berdasarkan hasil pengujian signifikansi parsial (Uji T) menunjukan bahwa adanya inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap UMKM makanan tradisional Kota Sukabumi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan beserta kesimpulan yang telah di ambil mengenai perencanaan strategi dan inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UMKM makanan tradisional Kota Sukabumi mampu mengembangkan wawasan dan pengetahuan. Adapun beberapa saran yang ingin peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi UMKM

Dengan adanya penelitian ini diharapkan para pelaku UMKM membuat perencanaan strategi yang baru yang didasari oleh perencanaan strategi yang sudah disiapkan agar tujuan UMKM berjalan dengan baik dan selain

pada itu para pelaku UMKM dapat mengembangkan ide kreativitas yang baru terhadap produk barang yang ada agar produk tersebut menghasilkan produk berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat membantu dalam penelitian yang serupa agar lebih mengembangkan dan meningkatnya lagi baik dengan penggunaan indikator-indikator atau dimensi yang lebih relevan, penambahan teori baru, penambahan sampel dan variabel agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan dapat membantu UMKM-UMKM khususnya UMKM makanan tradisional sehingga dapat meningkatkan kelemahan dan kekurangan pada perencanaan strategi dan inovasi dan keunggulan bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022). *Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?* Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2019). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal. *Jurnal Administrasi Publik*, 6(6), 1286–1295.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/jkbn.v3i2.357>

- Elisa, E. (2020). Pengaruh Perencanaan Strategi dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing Toko Busana Muslim di Kota Pontianak. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 4(1), 114–135.
- Hardani, et al. (2020). *Kualitatif dan kuantitatif*. Pustaka Ilmu.
- Harjadi, D., & Wachjuni. (2019). Inovasi dan Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dari UMKM di Kabupaten Kuningan Jawa Barat. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(2), 1–7.
- Prawoto, N., & Basuki, A. T. (2021). Program Pemberdayaan Ibu Rt Usaha Mandiri Dalam Bidang Pembuatan Kue Kering Dan Basah Kelompok Ibu Kasihan Sejahtera. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 432–437.
<https://doi.org/10.18196/ppm.32.227>
- Rahmasari, L. (2021). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kapabilitas Pemasaran terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Olahan Ikan di Semarang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 21–30.
<https://doi.org/10.37470/1.23.1.174>
- Rosmayani, R., & Mardatillah, A. (2021). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Inovasi dan Kearifan Lokal Pada Usaha Kecil dan Menengah Makanan Tradisional di Pekanbaru. *Dinamika Lingkungan Indonesia*, 8(2), 123.
<https://doi.org/10.31258/dli.8.2.p.123-128>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
<https://doi.org/10.31842/JURNAL-INOBI.V2I1.65>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sulistiyani, Pratama, A., & Setiyanto. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran*, 3(1), 31–39.
- Suwono. (2018). Pengaruh Perencanaan Strategis Dan Implementasi Strategis Terhadap Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Wijaya Kabupaten Cilacap. *Manajemen Dan Ekonomi*, 1(2), 55–72.