

ABSTRAK

KEUNGGULAN BERSAING MELALUI INOVASI PRODUK, KREATIVITAS DAN MEDIA SOSIAL PADA UMKM BATIK DI KECAMATAN SALEM KABUPATEN BREBES

THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, CREATIVITY AND SOCIAL MEDIA ON COMPETITIVE ADVANTAGE IN BATIK MSMEs IN SALEM DISTRICT, BREBES REGENCY

Ara Hodailma

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor

ara.hodailma@unida.ac.id

Competitive advantage is an important thing that will affect the achievement of company goals. Given the large influence of product innovation, creativity and social media on competitive advantage, product innovation and creativity in the products produced to the marketing process through information technology such as social media is very important for companies to pay attention to in order to be able to achieve competitive advantage. This study aims to determine the influence of product innovation, creativity and social media on competitive advantage in Batik MSMEs in Salem District. The method used is multiple linear regression analysis. The sample in this study was 100 consumers with sampling techniques using non-probability sampling techniques or approaches using the quota sampling method . The results showed that simultaneously and partially the variables of product innovation, creativity and social media had a positive and significant effect on the competitive advantage of Batik MSMEs in Salem District.

Keywords : Product Innovation, Creativity, Social Media Competitive Advantage

Keunggulan bersaing merupakan suatu hal penting yang akan mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Mengingat besarnya pengaruh inovasi produk, kreativitas dan media sosial terhadap keunggulan bersaing, maka inovasi produk dan kreativitas terhadap produk yang dihasilkan hingga proses pemasaran melalui teknologi informasi seperti media sosial sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan agar mampu mencapai keunggulan bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kreativitas dan media sosial terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Batik di Kecamatan Salem. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik atau pendekatan non probability sampling dengan metode quota sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel inovasi produk, kreativitas dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Batik di Kecamatan Salem.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kreativitas, Media Sosial Keunggulan Bersaing

