# PENCAPAIAN KEUNGGULAN BERSAING USAHA YANG DIBENTUK BERDASARKAN KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK PADA UKM PENGRAJIN MINIATUR ALAT MUSIK TRADISIONAL (WADITRA CRAFT)

***The Achievement Of Business Competitive Advantages That Is Formed Based On Creativity And Product Innovation In Middle Small Businesses Miniature Crafts Traditional Music Instrument (Waditra Craft)***

**Trustorini Handayani[1]Syifa Faridah Hanifah[2]**
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
Syifafaridah338@gmail.com

***ABSTRACT***

*This research was conducted to determine howimuch influence creativity and product innovation have on competitive advantage in middle small businesses miniature crafts traditional music instrument (waditra craft)*

*The sample used is a sample technique saturated with 25 respondents. The method of analysis of this research uses descriptive and verification analysis which consist of multiple linear regression. Pearson product moment correlation analysis, and coefficient of determination used to quantify the size of the creativity and product innovation to competitive advantage.*

*The result of this research indicate that the hypothesis can be known the magnitude of the calculation of the Creativity and Product Innovation variable simultaneously have an effecte on Competitive Advantage variables, and the results of the T analysis are known that Creativity has a significant influence on Competitive Advantage, and Product innovation has a significant influence on Competitive advantage.*

**Key Words : Creativity, Product Innovation, Competitive Advantage**

## I. Pendahuluan

### Latar Belakang

Industry kecil adalah usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha. Usaha Kecil Menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian Indonesia, karena UKM memiliki peranan dalam pertumbuhan perkonomian masyarkat Indonesia. UKM pun membantu pemerintah serta negara untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru, unit kerja yang baru serta tenaga-tenaga baru untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga. Kreativitas dan inovasi produk juga merupakan sebuah faktor yang mampu membuat unggul dalam bersaing usaha karena mampu menciptakan atau mengembangkan sebuah pemikiran baru yang memang belum pernah ada dan bersaing dengan melakukan perbedaan produk. Kreativitas inilah yang akan membawa seorang wirausaha baik wanita maupun pria untuk berinovasi terhadap usahanya. Jadi kreativitas merupakan suatu hal yang penting bagi kebrlangsungan usaha.

Pada zaman modern sekarang sebagian orang banyak tidak mengetahui apa itu music tradisional Indonesia. Karena di jaman yang semakin modern ini banyak orang yang mulai meninggalkan alat music tradisional nusantara.

UKM pengrajin iniatur alat music tradisional (Waditra Craft) yaitu salah satu kerajinan yang

mengembangkan alat music tradisional dengan membuatnya menjadi sebuah miniatur, dimana UKM ini ingin mengenalkan alat music tradisional secara berbeda dan dibungkus dengan unik. Karena kebudayaan dan music tradisional di Indonesia mulai di tinggalkan pada saat ini. Waditra dalam Bahasa sunda sendiri yang artinya yaitu alat alat music tradisional.. Sedangkan miniatur yaitu tiruan sesuatu dalam skala yang diperkecil.

Dalam membuat miniatur alat music tradisional dibutuhkan keahlian, ketelitian dan kejelian, disamping itu kreativitas menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk menciptakan sebuah produk/karya yang berkesan dan berbeda serta pengembangan inovasi yang dapat membuat produk yang dihasilkan dapat dinikmati oleh orang banyak/konsumen. Selain itu dengan mengembangkan ide – ide baru/kreatif perusahaan dan mengembangkan ide tersebut kedalam produk tentunya usaha yang dijalankan mampu bersaing karena memiliki karakteristik yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain pada produk dan pasar yang sama.

Untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing, para pengrajin harus memiliki sebuah kreativitas, Menurut Dharma dan Akib (2004) menyatakan “Kreativitas merupakan esensi yang mencirikan eksistensi dan perkembangan organisasi, karena kreativitas dapat terlihat melalui produk, usaha, mode atau model baru yang dihasilkan oleh individu dan kelompok dalam organisasi. Dan kreativitas juga merupakan ramuan utama dalam layanan pelanggan, pengembangan produk dan strategi baru”.

Selain dari variabel kreativitas terdapat variable lain yang mempengaruhi kreativitas yaitu inovasi produk. Menurut Thomas W. Zimmerer (2008:57) Bahwa “inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan”.

Selain dari kreativitas dan inovasi produk, keunggulan bersaing sangat penting untuk diteliti. Day dan Wensley dalam penelitian Yuni Istanto (2010:125) menjelaskan bahwa “keunggulan bersaing diartikan sebagai kompetisi yang berbeda dalam keunggulan keahlian dan sumber daya”.

**Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Kreativitas pada UKM Pengrajin miniatur alat music tradisional (Waditra Craft)
2. Bagaimana Inovasi Produk pada pada UKM Pengrajin miniatur alat music tradisional (Waditra Craft)
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin miniatur alat music tradisional (Waditra Craft)
4. Seberapa besar pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada pada UKM Pengrajin miniatur alat music tradisional (Waditra Craft) secara simultan dan parsial.

**Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui Kreativitas pada UKM Pengrajin miniatur alat musik tradisional (Waditra Craft)
2. Untuk mengetahui Inovasi Produk pada pada UKM Pengrajin miniatur alat musik tradisional (Waditra Craft)
3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin miniatur alat musik tradisional (Waditra Craft)
4. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada pada UKM Pengrajin miniatur alat musik tradisional (Waditra Craft) secara simultan dan parsial.

**Kegunaan Penelitian**

**Kegunaan Praktis**

Diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengrajin dalam mengambil keputusan dan menentukan strategi yang lebih efektif untuk memenangkan persaingan dipasar

**Kegunaan Akademis**

Dapat menambah pengetahuan serta wawasan dan dapat menerapkan ilmu yang telah didapat dibangku kuliah kedalam praktek dilapangan, terutama yang ada hubungannya dengan masalah penelitian tersebut.

## II. Kajian Pustaka

**Kreativitas**

**Pengertian Kreativitas**

Menurut Dharma dan Akib (2004 dalam Agus Styoro Cahyo 20013) "Kreativitas merupakan esensi yang mencirikan eksistensi dan perkembangan organisasi, karena kreativitas dapat terlihat melalui produk, usaha, mode atau model baru yang dihasilkan oleh individu dan kelompok dalam organisasi. Dan kreativitas juga merupakan ramuan utama dalam layanan pelanggan, pengembangan produk dan strategi baru".

**Indikator Kreativitas**

Menurut Dharma dan Akib (2004 dalam Agus Styoro Cahyo 2013) indikator Kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Keahlian
2. Kemampuan
3. Motivasi

**Inovasi Produk**

**Pengertian Inovasi produk**

Inovasi produk menurut Lucas dan Farrel (2007:217) dalam Hapsawati (2017) mendefinisikan bahwa "inovasi produk sebagai proses dalam membawa teknologi yang baru untuk di tanggap".

**Indikator Inovasi Produk**

Menurut Lukas dan Ferrel (2000:240 dalam Hapsawati 2017) "Inovasi produk dapat dikategorikan lebih ringkas dalam tiga kategori yaitu :

1. Perluasan produk
2. Peniruan Produk
3. Produk Baru

**Keunggulan Bersaing**

**Pengertian Keunggulan Bersaing**

Day dan Wensley (1988) dalam penelitian Yuni Istanto (2010:128) mengartikan "keunggulan bersaing sebagagai kompetisi yang berbeda dalam keunggulan keahlian dan sumber daya".

**Indikator Keunggulan Bersaing**

Menurut Day dan Wensley (1988) dalam penelitian Yuni Istanto (2010:128) ada 3 indikator yang mempengaruhi keunggulan bersaing :

1. Bernilai
2. Berbeda dengan yang lain
3. Tidak mudah digantikan

**Hipotesis**

H1 :Kreativitas berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft)

H2 :Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft)

**Hipotesis utama :**

Terdapat pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft) secara simultan dan parsial.

## III. Metode Penelitian

**Metode Penelitian**

Metode pada penelitian ini menggunakan desktiptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2013:206) metode analisis deskriptif adalah : "Metode analisis deskriptif

adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi".

Metode verifikatif menurut Umi Narimawati (2010:29) "Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

**Teknik Penentuan Data**

Penentuan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. **Populasi**

Menurut Sugiyono (2014:80) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Populasi dalam penelitian ini sebanyak 25 pelaku usaha.

2. **Sampel**

Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Teknik sampel ini digunakan karena jumlah populasinya relatif kecil yaitu pelaku usaha di UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft) yang berjumlah 25.

## IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Hasil Penelitian

### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk melihat gambaran hasil penelitian mengenai kreativitas, inovasi produk dan keunggulan bersaing dengan sampel penelitian sebanyak 25 responden.

Hasil analisi deskriptif didapat jawaban dari responden dalam setiap indikatornya, dikatahui bahwa variable kreativitas (X1) dengan indikator tertinggi pada Keahlian sebesar 58,9% dan terendah pada indikator kemampuan sebesar 48,8%. Hasil analisis deskriptif pada variabel inovasi produk (X2) didapatkan indikator tertinggi yaitu peniruan produk sebesar 6,2% dan indikator terendah pada indikator perluasan produk sebesar 53,6%. Hasil analisis deskriptif pada variabel keunggulan bersaing (Y) didapatkan indikator tertinggi yaitu tidak mudah digantikan sebesar 72,0% dan indikator terendah pada indikator berbeda dengan yang lain sebesar 45,6%.

**Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier betganda digunakan untuk membuat estimasi koefisien-koefisien persamaan linier, mencakup variabel kreativitas dan inovasi produk yang dapat digunakan secaa tepat untuk memprediksi nilai variabel keunggulan bersaing. Hasil dari perhitungan regresi yang telah diolah sebagai berikut :

$Y= 1{,}052 + 0{,}509X_1 + 0{,}455X_2$

a. Konstanta sebesar 1,052 menunjukan bahwa ketika Kreativitas dam Inovasi Produk bernilai nol (0), maka Keunggulan Bersaing akan bernilai positif sebesar 1,052 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tidak adanya variable independen variable dependen akan benilai negatif, maka variable Keativitas dan Inovasi Produk searah dengan variable keunggulan bersaing.
b. Variabel X1 yaitu Kreativitas dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,509. Hal ini menyatakan setiap meningkat 1 satuan Kreativitas akan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 1,052 + 0,509(1) = 1,561. Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin tinggi Kreativitas maka semakin tinggi Keunggulan Bersaingnya
c. Variabel X2 yaitu Inovasi Produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,455. Hal ini menyatakan setiap meningkat 1 satuan Inovasi Produk akan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing sebesar 1,052 + 0,455(1)= 0,507 Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin besar nilai

Inovasi Produk maka semakin tingg i Keunggulan Bersaingnya.

## Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 25 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,62314049 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,106 |
| | Positive | ,106 |
| | Negative | -,080 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,528 |
| **Asymp. Sig. (2-tailed)** | | **,944** |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dengan menggunakan aplikasi computer SPSS 21 untu windows hasil uji normalitas didapat sig sebesar 0,944. Hasil profitabilitas tersebut >0,05 maka dapat disimpulkan datanya dengan hasil distribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

**Coefficients[a]**

| Model | | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | X1 Kreativitas | ,779 | 1,284 |
| | X2 Inovasi produk | ,779 | 1,284 |

a. Dependent Variable: Y Keunggulan Bersaing

Berdasrarkan hasil diatas bahwa hasil toleansi x1 dan x2 didapat sebesar 0,779 dan hasil VIP xq dan x2 sebesar 1,284. Hal ini menunjukan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel bebas, sehingga asumsi data bebas dari multikolinieritas terpenuhi karena nilai Tolerance >0,01 dan VIP <10

### Uji Heteroskedastisitas

**Correlations**

| | | | AbsRes |
|---|---|---|---|
| Spearman's rho | X1 Kreativitas | Correlation Coefficient | -,340 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,096 |
| | | N | 25 |
| | X2 Inovasi produk | Correlation Coefficient | -,127 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,544 |
| | | N | 25 |

Dapat diketahui bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas karena nilai yang diperoleh >0,05

## Analisis Korelasi

### Analisis Korelasi Simultan

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,880[a] | ,774 | ,753 | 1,695315 |

a. Predictors: (Constant), X2 Inovasi produk , X1 Kreativitas

b. Dependent Variable: Y Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil diatas bahwa nilai korelasi yang diperoleh kreativitas, inovasi produk dengan keunggulan bersaing sebesar 0,880. Nilai korelasi sebesar 0,880 termasuk dalam kategori sangat kuat dan berada dalam kelas interval 0,80-1,00

### Analisis Korelasi Parsial

**Hubungan Antara Kreativitas ($X_1$) dengan Keunggulan Bersaing (Y)**

**Correlations**

| | | X1 Kreativitas | Y Keunggulan Bersaing |
|---|---|---|---|
| X1 Kreativitas | Pearson Correlation | 1 | ,758** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 |
| | N | 25 | 25 |
| Y Keunggulan Bersaing | Pearson Correlation | ,758** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | |
| | N | 25 | 25 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil diatas didapat nilai korelasi antara Kreativitas (x1) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,758. Nilai ini menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah. Nilai korelasi sebesar 0,758 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, berada pada interval antara 0,60 – 0,79. Dari nilai-nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kreativitas yang tinggi akan diiringi oleh Keunggulan Bersaing yang tinggi pula.

**Hubungan Antara Inovasi Produk ($X_2$) dengan Keunggulan Bersaing (Y)**

**Correlations**

| | | X2 Inovasi produk | Y Keunggulan Bersaing |
|---|---|---|---|
| X2 Inovasi produk | Pearson Correlation | 1 | ,750** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 |
| | N | 25 | 25 |
| Y Keunggulan Bersaing | Pearson Correlation | ,750** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | |
| | N | 25 | 25 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil diatas didapat nilai korelasi antara Inovasi produk (x2) dengan Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,750. Nilai ini menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah. Nilai korelasi sebesar 0,750 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, berada pada interval antara 0,60 – 0,79. Dari nilai-nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk yang tinggi akan diiringi oleh Keunggulan Bersaing yang tinggi pula.

## Analisi Koefisien Determinasi
## Analisis Koefisien Determinasi Simultan

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,880[a] | ,774 | ,753 | 1,695315 |

a. Predictors: (Constant), X2 Inovasi produk , X1 Kreativitas

b. Dependent Variable: Y Keunggulan Bersaing

berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 77,4%. Hal ini menunjukan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari Kreativitas dan Inovasi Produk memberikan kontribusi terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft ) sebesar 77,4%, dan sisanya sebesar 22,6% yaitu merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti yaitu kepercayaan konsumen, kualitas produk, orientasi kewiausahaan, orientasi pasar.

## Analisis Koefisien Determinasi Parsial

**Coefficients[a]**

| Model | | Standardized Coefficients | Correlations |
|---|---|---|---|
| | | Beta | Zero-order |
| 1 | X1 Kreativitas | ,521 | ,758 |
| | X2 Inovasi produk | ,505 | ,750 |

a. Dependent Variable: Y Keunggulan Bersaing

Berdasarkan output di atas dilakukan perhitungan sebagai berikut:
Pengaruh x1 terhadap y 39,5%
Pengaruh x2 terhadap y 37,9%

berdasarkan hasil perhitungan di atas, bahwa Kreativitas (x1) memberikan kontribusi paling dominan terhadap Keunggulan Bersaing (y) dengan kontribusi yang diberikan sebesar 39,5%, sementara kontribusi pada urutan kedua diberikan oleh variabel Inovasi Produk ($x_2$) sebesar 37,9%.

## Pengujian Hipotesis

## Pengujian Hipotesis Parsial (X1)

$H_0 : \beta_1 = 0$ Artinya, tidak adanya pengaruh yang signifikan antara Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft )

$H_a : \beta_1 \neq 0$ Artinya, adanya pengaruh yang signifikan antara Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft )

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1,052 | 1,566 | | ,672 | ,508 |
| | X1 Kreativitas | ,509 | ,112 | ,521 | 4,536 | ,000 |
| | X2 Inovasi produk | ,455 | ,103 | ,505 | 4,398 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y Keunggulan Bersaing

Berdasarkan nilai hasil dari table diatas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel kreativitas sebesar 4,536 dan nilai t table diperoleh sebesar 2,074. Hal ini menunjukan bahwa secara parsial kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan

bersaing pada UKM pengrajin miniatur alat musik tradisional karena nilai thitung > t table berarti Ho ditolak dan Ha diterima.

**Pengujian Hipotesis Parsial $X_2$**

$H_0 : \beta_2 = 0$ Artinya, tidak adanya pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft )

$H_a : \beta_2 \neq 0$ Artinya, adanya pengaruh yang signifikan antara Inovasi Produk Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft )

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 1,052 | 1,566 | | ,672 | ,508 |
| | X1 Kreativitas | ,509 | ,112 | ,521 | 4,536 | ,000 |
| | X2 Inovasi produk | ,455 | ,103 | ,505 | 4,398 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y Keunggulan Bersaing

Berdasarkan nilai hasil dari table diatas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh variabel kreativitas sebesar 4,398 dan nilai t table diperoleh sebesar 2,074. Hal ini menunjukan bahwa secara parsial inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM pengrajin miniatur alat musik tradisional karena nilai thitung > t table berarti Ho ditolak dan Ha diterima.

**Pengujian Hipotesis Simultan**

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya secara simultan, kedua variabel bebas antara Kreativitas dan Inovasi Produk tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft )

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya secara simultan, kedua variabel bebas antara Kreativitas dan Inovasi Produk ada pengaruh yang signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft )

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 216,541 | 2 | 108,270 | 37,671 | ,000[b] |
| | Residual | 63,230 | 22 | 2,874 | | |
| | Total | 279,771 | 24 | | | |

a. Dependent Variable: Y Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), X2 Inovasi produk , X1 Kreativitas

Berdasarkan hasil tabel perhitungan di atas, bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 37,671. Nilai f tabel yang didapat sebesar 3,443. Hal ini menunjukan bahwa secara simultan kedua variabel bebas kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UKM pengrajin miniatur alat musik tradisional (Waditra Craft) , karena nilai F hitung>F table maka Ho ditolak dan Ha diterima.

## V. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

1. Kreativitas pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional dinilai cukup baik diukur dengan 3 indikator yaitu keahlian, kemampuan dan motivasi. Indikator Keahlian memperoleh persentase skor tertinggi sedangkan kemampuan memperoleh persentase dengan skor terendah, hal ini mengindikasikan bahwa para pengrajin masih kurang dalam mengembangkan kreatifitasnya.
2. Inovasi Produk pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional dinilai cukup baik, diukur dengan 3 indikator yaitu perluasan produk, peniruan produk dan produk baru. Indikator Peniruan produk memperoleh persentase dengan skor tertinggi sedangkan perluasan produk memperoleh dengan skor yang terendah. Hal ini dikarenakan produk yang dihasilkan masih kurang bervariasi.
3. Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional dinilai cukup baik, dengan indikator tertinggi pada indikator tidak mudah digaantikan dan indikator terendah pada indikator

berbeda dengan yang lain. Hal ini dapat dilihat dari penjualan yang menurun dan produk yang dihasilkan dari UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional kurang menarik dan bervariatif.

4. Secara simultan, Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional (Waditra Craft) dengan pengaruh simultan dan sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial, Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional (Waditra Craft). Secara parsial, Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM Pengrajin Alat Musik Tradisional (Waditra Craft).

**Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat maka penulis mencoba memberikan saran kepada perusahaan mengenai Keunggulan Bersaing Melalui Kreativitas dan Inovasi Produk pada UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft ) yaitu sebagai berikut :

1. Kreativitas yang terbilang cukup baik pada UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft ) akan tetapi dari segi kemampuan disarankan lebih dikembangkan dengan melalui pelatihan serta survey pasar untuk mencari tahu produk apa dan seperti apa yang sekiranya akan diminati dan dibutuhkan oleh para konsumen dan mampu menciptakan sebuah ide kreatif mengenai pembuatan produk yang baru agar konsumen tidak bosan dengan produk yang seperti itu saja
2. Inovasi produk yang dimiliki Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft ) sudah tergolong cukup baik, akan tetapi sebaiknya para pengrajin sering mengikuti workshop-workshop atau seminar pelatihan agar menambah wawasan dan pengetahuan bagaimana mengembangkan produk agar usahanya lebih baik lagi dan berkembang sehingga produk yang dihasilkannya mampu bervariasi baik dari segi bentuk, jenis dan harga yang relatif terjangkau
3. Keunggulan bersaing pad UKM Pengrajin Miniatur Alat Musik Tradisional ( Waditra Craft ) dinilai cukup namun disarankan agar diperhatikan lagi bahwa pengusaha yang sama tergolong banyak maka para pengrajin harus mempunyai terobosan baru dalam diferensiasi produk agar bisa unggul dengan pengrajin-pengrajin dengan usaha sejenis lainnya.
4. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk pada Keunggulan Bersaing adalah signifikan. Tetapi untuk kreativitas dan inovasi produknya itu sendiri masih perlu ditingkatkan lagi dalam memperkenalkan produk yang baru dipasaran dan para pengrajin miniatur masih kuang menonjol dalam inovasi produknya itu sendiri.

**Daftar Pustaka**


Agus Styoro Cahyo, 2013. *Pengaruh Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Teknisi Pada PT.*

Hapsawati: 2017. *Pengaruh inovasi Produk dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Karawo Di Kota Gorontal*o. Jurnal bisnis dan kewirausahaan. Vol 6 No2

Sugiyono: 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfa Beta

Thomas W Zimmerer & Norman M.Scarborou: 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba empat.

Umi Narimawati: 2010. *Metodologi Penelitian: Dasar Penyusun Penelitian Ekonomi*. Jakarta : Genesis.

Yuni Istanto: 2010. *Pengaruh strategi keunggulan bersaing dan positioning terhadap kinerja ( survey pada koperasi serba usaha di kabupaten sleman Yogyakarta).* Buletin ekonomi Vol. 8, No 2, Agustus 2010.