

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA
UMKM FASHION DI KECAMATAN CIKARANG UTARA
KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI



**OLEH :
FACHRIZAL FAUZAN
NIM : 112011316**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA
UMKM FASHION DI KECAMATAN CIKARANG UTARA
KABUPATEN BEKASI**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
FACHRIZAL FAUZAN
NIM : 112011316

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing skripsi:

Nama Mahasiswa : Fachrizal Fauzan
NIM : 112011316
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Inovasi Produk dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Fashion Di Kecamatan Cikarang utara Kabupaten Bekasi

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 19 Juli 2024

Pembimbing



Dr. Pupung Purnamasari, S.E., M.M

NIDN: 0409037205

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM FASHION DI KECAMATAN
CIKARANG UTARA KABUPATEN BEKASI**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Fachrizal Fauzan
112011316

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji
Junedi, S.E.,M.M
NIDN: 0408027602

Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Ida Abdul Gopar, S.Ag,M.M
NIDN: 0413127005

Tanda Tangan



.....

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fachrizal Fauzan

Nim : 112011316

Program Studi : Manajemen Kewirausahaan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku

Bekasi, 19 Juli 2024

Tanda tangan

A 10,000 Indonesian postage stamp (METERAI TEMPEL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number '5A545AJX017207510' is visible at the bottom.

Fachrizal Fauzan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“HIDUP ADALAH PERJUANGAN”

غداً تموت كأنك لآخرتك واعمل ، أبداً تعيش كأنك لدنياك اعمل

“kerjakanlah untuk duniamu seakan-akan kamu hidup selamanya dan kerjakanlah untuk akhiratmu seakan-akan kamu mati besok”

“sesungguhnya dalam kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah.8)

Karya ini kupersembahkan untuk :

- Orang tua ku yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang dan dengan doadonya lah yang bisa membawaku sampai di titik ini.
- Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2020 yang telah memberikan motivasi dan semangat untuk terus melanjutkan penelitian ini hingga selesai.
- Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat.
- Serta untukmu yang selalu mengisi hari-hari dengan canda tawa dan senyuman yang membuat penulis terdorong dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini, Muawanah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanallahhu Wa Taalla' karena dengan segala bentuk rahmat, taufik, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Fashion Di Kabupaten Bekasi" . Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Pupung Purnamasari, S.E.,M.M selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Yunita Ramadhani RDS.,S.E., Msc selaku Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff yang telah memberikan akses dan fasilitas kepada penulis untuk dapat menulis Skripsi Mahasiswa.
3. Dr. Preatmi Nurastuti.,S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (FEBIS) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memeberikan kesempatan dan izin dukungan moril dan materil kepada penulis.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis dalam mengembangkan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
5. Orang tua saya yang saya cintai yang telah mendidik, membesarkan, dan mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhitung. Semoga Allah Subhanahu Wa Taalla membalas semuanya

dengan menempatkan keduanya pada syurga-Mu Bersama orang-orang beriman. Aammiin Yaa Rabbal Alamin.

6. Teman-teman angkatan 2020 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, terima kasih atas diskusi, saran, dan semangat yang diberikan.
7. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam pelayanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga tugas skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 19 Juli 2024

Fachrizar Fauzan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Keunggulan Bersaing	12
2.1.1 Pengertian Keunggulan Bersaing	12
2.1.2 Indikator Keunggulan Bersaing	12
2.2 Inovasi Produk.....	14
2.2.1 Pengertian Inovasi Produk	14
2.2.2 Indikator inovasi produk	14
2.3 Digital marketing	15
2.3.1 Pengertian Digital Marketing	15
2.3.2 Indikator digital marketing.....	15
2.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	16
2.5 Hipotesis.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis, waktu, dan Desain Penelitian	24
3.1.1 Jenis Penelitian	24
3.1.2 Tempat dan waktu penelitian	24
3.1.3 Desain Penelitian	24
3.2 Definisi operasional variabel dan pengukuran variable	27

3.2.1 Pengukuran Variabel	31
3.3 populasi dan sampel	32
3.3.1 populasi	32
3.3.2 sampel	32
3.4 Jenis, Data, Dan Teknik pengumpulan data	33
3.4.1 Jenis Data	33
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Metode Analisa data	34
3.5.1 Uji Validitas	34
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.6.1 Uji Normalitas	36
3.6.2 Uji multikolonieritas	36
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	36
3.7 Analisis Regresi Berganda	37
3.8 Koefisien determinasi (R^2).....	37
3.9 Uji Hipotesis	37
3.9.1 Uji t	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Deskripsi Data	39
4.1.2 karakteristik Responden.....	39
4.2 Uji Kualitas Data	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	48
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	49
4.2.4 Uji Hipotesis.....	50
4.3 Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan Dan Saran.....	58
5.1.1 Kesimpulan	58
5.1.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 perkembangan umkm kabupaten Bekasi.....	4
Gambar 1. 2 pertumbuhan PDB industri pakaian jadi dan tekstil	6
Gambar 1. 3 perbandingan produk yang dibeli dari toko fisik dan e-commerce ...	9
Gambar 3. 1 Desain penelitian	27
Gambar 4. 1 Deskripsi responden berdasarkan usia	42
Gambar 4. 2 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	43
Gambar 4. 3 Deskripsi responden berdasarkan pendapatan perbulan	44
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas One-Kolmogorov Smirnov Test.	49
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	50
Gambar 4. 6 Hasil Uji Normalitas Histogram	51
Gambar 4. 7 hasil uji multikolinieritas	52
Gambar 4. 8 Hasil Uji Heterokedastisitas	53
Gambar 4. 9 hasil uji f.....	54
Gambar 4. 10 hasil uji koefisien determinasi	55
Gambar 4. 11 hasil uji t	56
Gambar 4. 12 hasil curva t	57
Gambar 4. 13 Hasil uji Regresi Linear Berganda.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional	30
Tabel 3. 2 Bentuk skala likert	34
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	43
Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Inovasi Produk (X1)	45
Tabel 4. 5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Digital Marketing (X2)	45
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Validitas Variab Keunggulan Bersaing (Y)	46
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	66
Lampiran 2 kuesioner penelitian	73
Lampiran 3 Responden kuesioner	76
Lampiran 4 Hasil kuesioner	79
Lampiran 5 Hasil Penelitian	82

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION AND DIGITAL
MARKETING STRATEGIES ON COMPETITIVE ADVANTAGE IN
FASHION UMKM IN KECAMATAN CIKARANG UTARA KABUPATEN
BEKASI**

Fachrizal Fauzan¹⁾

Dr. Pupung Purnamasari, S.E., M.M²⁾

ABSTRACT

UMKM are community business units owned by individuals or business entities that operate in all business fields. One area that is quite popular with consumers is the fashion sector. The strategy of UMKM players in achieving competitive advantage can be influenced by Product Innovation and Digital Marketing. The problem formulation in this research is to find out whether Product Innovation and Digital Marketing can influence Competitive Advantage partially or simultaneously. This research uses quantitative methods. The population of this research is Fashion UMKM in Bekasi Regency with a sample size of 32 people. The data analysis techniques used in this research are validity and reliability tests, classical assumption tests, t tests, coefficient of determination tests, and multiple linear regression analysis using the SPSS 22 application. The results of the analysis in this research Product Innovation has no effect on Competitive Advantage and Digital Marketing has a positive effect on Competitive Advantage and simultaneously Product Innovation and Digital Marketing have a positive effect on Competitive Advantage in Fashion UMKM in Bekasi Regency.

Keywords: fashion UMKM, Product Innovation, Digital Marketing, Competitive Advantage

**PENGARUH STRATEGI INOVASI PRODUK DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM
FASHION DI KECAMATAN CIKARANG UTARA KABUPATEN BEKASI**

Fachrizal Fauzan¹⁾
Dr. Pupung Purnamasari, S.E., M.M²⁾

ABSTRAK

UMKM merupakan unit usaha masyarakat yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang bergerak dalam segala bidang bisnis. Salah satu bidang yang cukup diminati oleh para konsumen yaitu bidang fashion. Strategi para pelaku UMKM dalam mencapai keunggulan bersaing dapat dipengaruhi oleh Inovasi Produk dan Digital Marketing. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Inovasi Produk dan Digital Marketing dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah para pelaku UMKM Fashion di Kabupaten Bekasi dengan jumlah sampel 32 orang. Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji t, uji koefisien determinasi, dan Analisa regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 22. Hasil dari analisis dalam penelitian ini Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing dan Digital Marketing berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing serta secara simultan Inovasi Produk dan Digital Marketing berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Fashion di Kabupaten Bekasi.

Kata kunci : UMKM fashion, Inovasi Produk, Digital Marketing, Keunggulan Bersaing