

Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Ekonomi Kreatif Di Kinandara)

Wafa Nur Aisyah¹, Deden Syarif Hidayatulloh²

¹Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

wafanuraisyah@student.telkomuniversity.ac.id

²Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

dedensy@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Ketika suatu entitas bisnis mampu menawarkan nilai lebih (keunggulan) pada konsumen dibanding pesaing maka menghasilkan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing diraih pada aktivitas dalam suatu industry pasar melalui penciptaan nilai ekonomi kreatif. Setiap pebisnis menghadirkan keunggulan bersaing diantaranya melalui kreativitas dan inovasi produk. Inovasi produk akan memperluas pasar sehingga inovasi produk telah menjadi bagian strategi penting dalam aktivitas bisnis masa depan. Aspek – aspek yang diteliti adalah kreativitas produk, inovasi produk, dan keunggulan bersaing. Penelitian ini termasuk jenis penelitian Deskriptif. Peneliti menggunakan metode kuantitatif asosiatif, Menggunakan teknik random sampling, responden 49 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (menyebarkan angket kepada konsumen Kinandara), juga menggunakan data hasil observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian diperoleh 1) Terdapat pengaruh positif variabel kreativitas produk (X1) terhadap keunggulan bersaing (Y) dengan koefisien determinasi sebesar 46,5%. H01 ditolak, Ha1 diterima. 2) Terdapat pengaruh positif variabel Inovasi Produk (X2) terhadap keunggulan bersaing dengan koefisien determinasi sebesar 34,1%. H02 ditolak, Ha2 diterima. 3) terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kreativitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) secara simultan terhadap keunggulan bersaing dengan koefisien determinasi sebesar 52,2%. H03 ditolak, Ha3 diterima.

kata kunci-kreativitas produk, inovasi produk dan keunggulan bersaing

Abstract

When a business entity is able to offer more value (advantage) to consumers than competitors, it produces a competitive advantage. Competitive advantage is achieved in activities in a market industry through creative economic value creation. Every business person presents a competitive advantage, including through creativity and product innovation. Product innovation will expand the market so that product innovation has become an important strategic part in future business activities. The aspects studied are product creativity, product innovation, and competitive advantage. This research is a type of descriptive research. Researchers used associative quantitative methods, using random sampling techniques, 49 respondents. The data collection technique used a questionnaire (spreading a questionnaire to Kinandara consumers), also using observational and documentation data. The research results obtained 1) There is a positive influence of the product creativity variable (X1) on competitive advantage (Y) with a coefficient of determination of 46.5%. H01 is rejected, Ha1 is accepted. 2) There is a positive influence of the Product Innovation variable (X2) on competitive advantage with a determination coefficient of 34.1%. H02 was rejected, Ha2 was accepted. 3) there is a positive and significant influence of product creativity (X1) and product innovation (X2) simultaneously on competitive advantage with a coefficient of determination of 52.2%. H03 was rejected, Ha3 was accepted.

Keywords- Product Creativity, Product Innovation and Competitive Advantage

I. PENDAHULUAN

Fenomena dilihat dari sisi bagaimana suatu produk busana muslimah di Kinandara butik dengan kreativitas dan inovasi bisa menghasilkan beberapa kreativitas produk busana muslim dan juga tetap eksis dalam mempertahankan keunggulan. Tidak terlepas dari komponen yang didukung oleh strategi pengaruh teknologi dan sosial media, karena 2 hal tersebut merupakan suatu kreativitas produk yang bisa di promosikan dan menjadi suatu barang yang diterima oleh konsumen. Ini menjadi suatu peluang bagi industri kreatif dan pelaku usaha untuk bisa memanfaatkan suatu peluang agar kinandara bisa bersaing dan tetap unggul. Ini juga membuat daya tarik perusahaan kinandara butik dan busana muslimah bisa menjangkau pasar dengan strategi pemasaran yang efektif dan tetap eksis di pasar baru atau pasar lama dalam mempertahankan dalam keunggulan bersaing.

Di Kinandara Butik meskipun belum begitu eksis di dunia digital atau pemasaran dan penjualan lewat online dan masih menggunakan cara tradisional tetapi Kinandara Butik tetap menjadi salah satu butik fashion muslimah favorit atau banyak peminat di kalangan remaja hingga dewasa sejak dulu hingga sekarang. Dan meskipun sudah banyak kompotitor – kompotitor baru yang muncul yang hampir sama dengan Kinandara Butik tetapi tidak dapat mengalahkan keeksisannya di bidang fashion muslimah syari dan modis. Inovasi dan kreativitas yang diterapkan di Kinandara Butik tetap mempertahankan kualitas, terus melakukan riset sesuai dengan zaman, produk tidak monoton atau dengan kata lain terus melakukan pembaruan yang beda sehingga mempunyai nilai khusus dan beda bagi para konsumennya.

Yang mempengaruhi agar perusahaan dapat memenangkan keunggulan bersaing yaitu kreativitas produk, karena kreativitas dibutuhkan manusia dalam hal pengembangan produk. Kreativitas dan inovasi pada dasarnya merupakan unsur kekuatan sumber daya manusia yang handal untuk menggerakkan kemajuan manusia dalam penelusuran, pengembangan dan penemuan-penemuan baru dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, serta dalam suatu bidang usaha manusia. Selanjutnya, kreativitas penting untuk dikembangkan. Hal ini dikarenakan setiap upaya manusia untuk mengembangkan diri dan memecahkan masalah-masalah yang dihadapi dalam upaya mencapai kemajuan memerlukan kreativitas. Inovasi dan kreativitas dalam usaha sangat memegang peranan yakni amat menentukan keberlanjutan usaha tersebut ke masa yang akan datang.

Inovasi dan kreatifitas tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan berbisnis karena keduanya merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang. Saat ini, inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja. Inovasi tidak hanya dapat dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan usahanya, seperti di Kinandara Butik. Oleh karena itu, manajemen inovasi merupakan faktor penting untuk menentukan perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) (Wawan Dewanto, dkk., 300). Pelanggan umumnya menginginkan produk – produk yang inovatif dan kreatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi usaha kecil dan menengah (UKM), keberhasilan dalam pengembangan inovasi produk dan kreativitas produk berarti UKM tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian UKM dalam mengenali selera pelanggannya sehingga pengembangan inovasi produk dan kreativitas produk yang dilakukannya pada akhirnya produk harus betul-betul direncanakan dan dilakukan dengan cermat. Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang keunggulan bersaing pada perusahaan Kinandara Butik dengan mengambil judul “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Ekonomi Kreatif di Kinandara Butik)”.

II. DASAR TEORI/MATERIAL DAN METODOLOGI / PERANCANGAN

A. Kreativitas Produk

Menurut Munandar (1988), kreativitas dapat dipahami sebagai sifat pribadi seorang individu (dan bukan merupakan sifat sosial yang dihayati masyarakat) yang tercermin dari kemampuannya untuk menciptakan sesuatu yang baru. Hal senada juga diungkapkan oleh Selo Somardjan (dalam Munandar, 1988). Ia mengatakan bahwa suatu kreativitas dimulai dengan adanya kemampuan individu untuk dapat berbuat lebih baik lagi.

Kreativitas di dalam Webster's Dictionary (2014) berkaitan dengan kemampuan atau kekuatan untuk mengcreate, lalu menjadikannya exis, berbentuk dan baru. “*Creativity is marked by the ability or power to create — to bring into existence, to invest with a new form, to produce through imaginative skill, to make or bring into existence something new*”.

B. Inovasi Produk

Menurut Munandar (1988), kreativitas dapat dipahami sebagai sifat pribadi seorang individu (dan bukan merupakan sifat sosial yang dihayati masyarakat) yang tercermin dari kemampuannya untuk menciptakan sesuatu yang baru. Hal senada juga diungkapkan oleh Selo Somardjan (dalam Munandar, 1988). Ia mengatakan bahwa suatu kreativitas dimulai dengan adanya kemampuan individu untuk dapat berbuat lebih baik lagi.

Kreativitas di dalam Webster's Dictionary (2014) berkaitan dengan kemampuan atau kekuatan untuk meng-create, lalu menjadikannya exis, berbentuk dan baru. *“Creativity is marked by the ability or power to create — to bring into existence, to invest with a new form, to produce through imaginative skill, to make or bring into existence something new”*.

C. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing berasal dari kata unggul dan saing/ bersaing. Berdasarkan KBBI, keunggulan memiliki arti keadaan lebih unggul (baik dari segi keutamaan, kepandaian, kenaikan, kekuatan, dan sebagainya) lebih dari yang lain. Sedangkan arti kata bersaing artinya berlomba atas mengatasi atau dahulu mendahului. Menurut Freddy (2017) keunggulan bersaing adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Sehingga keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai strategi penciptaan value agar perusahaan dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Keberhasilan suatu usaha tentu tidak terlepas dari keunggulan bersaing yang dimiliki oleh usaha tersebut. Pentingnya menilai kinerja suatu usaha tentu akan berdampak pada pengambilan keputusan ekonomi atas usaha tersebut. Kinerja dari suatu usaha akan dapat digunakan untuk melihat apakah tujuan perusahaan tercapai atau tidak, dan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi. Baik tidaknya kinerja suatu usaha tentu tidak terlepas dari keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan (Herman, 2018).

Pengertian keunggulan bersaing menurut Leonardus Saiman, mendefinisikan keunggulan bersaing/ kompetitif adalah suatu manfaat yang ada ketika suatu perusahaan mempunyai dan menghasilkan suatu produk dan atau jasa yang dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para kompetitor terdekat. Sedangkan menurut Porter keunggulan bersaing merupakan jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Sehingga keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai suatu bentuk keunggulan suatu perusahaan dalam memanfaatkan sumberdaya dalam menciptakan produk atau jasa dan memasarkannya dengan pasar targetnya yang lebih baik dibandingkan kompetitornya.

D. Hipotesis

H1 : Kreativitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Kinandara Butik.

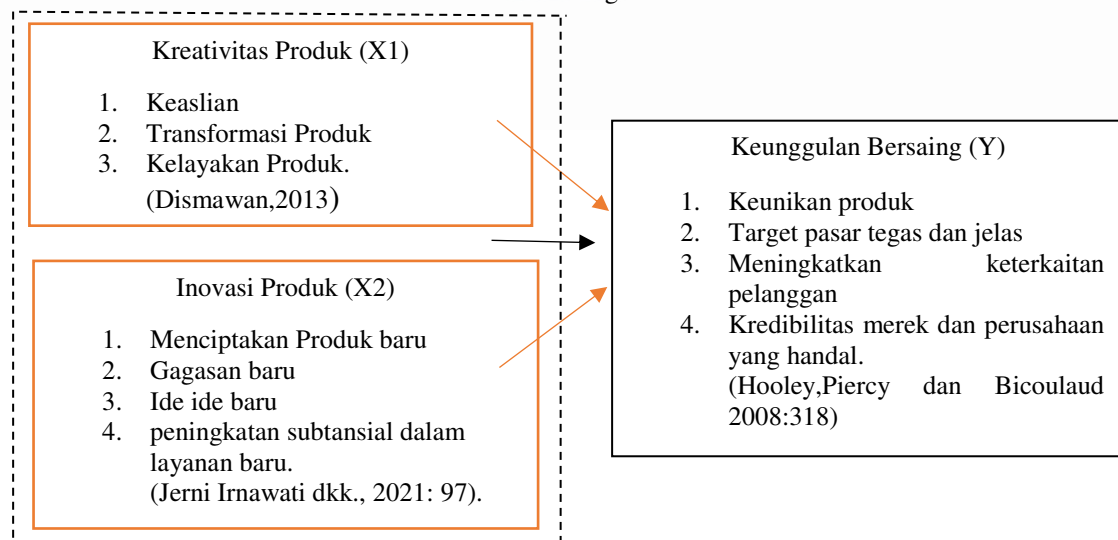
H2 : inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan bersaing di Kinandara Butik

H3 : Kreativitas dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing di Kinandara Butik

Keterangan Tabel dan Gambar

E. Kerangka Pemikiran

Gambar Kerangka Pemikiran



Keterangan

-  : Parsial
-  : Simultan

Gambar Kerangka Pemikiran Sumber : Data olahan penulis (2022)

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.348	1.592		3.987	.000
	Kreativitas Produk (X1)	.537	.115	.517	4.675	.000
	Inovasi Produk (X2)	.259	.099	.290	2.622	.011

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

2. Uji T

Tabel 4. 2 Hasil uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.348	1.592		3.987	.000
	Kreativitas Produk (X1)	.537	.115	.517	4.675	.000
	Inovasi Produk (X2)	.259	.099	.290	2.622	.011

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

3. Uji F Simultan

Tabel 4. 3 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.951	2	27.975	31.632	.000 ^b
	Residual	51.295	58	.884		
	Total	107.246	60			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing
 b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kreativitas Produk

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

4. Koefisien Determinasi dengan R Square (R^2)

Tabel 4. 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Parsial

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.456	.986

a. Predictors: (Constant), Kreativitas Produk (x1)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Parsial

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 ^a	.341	.330	1.094

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (x2)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 ^a	.522	.505	.940

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (x2), Kreativitas Produk (x1)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 26

III. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Kinandara Butik

Variabel kreativitas produk (X1) memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Kinandra Butik sebesar 0,465. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan kreativitas akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,465 tanpa dipengaruhi faktor lain. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel $4,675 > t$ tabel $2,002$, dengan nilai signifikansi

0,000 < 0,05, yang berarti hipotesis 1 diterima dan secara signifikan Kreativitas Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Kinandara Butik.

Dalam penelitian Widiya Dewi Anjaningrum dan Agus Purnomo Sidi yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam Malang Creative Fusion). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kreativitas produk merupakan kebaruan, keunikan dan kebhinekaan suatu produk sehingga produk tersebut memiliki daya tarik yang tinggi bagi pelanggan. Bagi industri kreatif, kreativitas produk sangat dibutuhkan untuk menghadapi persaingan ketat di pasar global. Apalagi konsumen saat ini juga semakin selektif terhadap produk-produk yang dikonsumsi dan lebih memilih produk-produk yang unggul, unik, inovatif dan penuh kreasi. Jadi untuk mencapai keunggulan bersaing, industri kreatif seharusnya meningkatkan kreativitas produk.

2. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Kinandara Butik

Variabel Inovasi Produk (X2) memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Kinandara Butik sebesar 0,341. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan inovasi akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,341 tanpa dipengaruhi faktor lain. Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel $2,622 > t \text{ tabel } 2,002$ dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ yang berarti hipotesis 2 diterima dan secara signifikan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Kinandara Butik.

Dalam penelitian Wulan Anggriani, Akhirman dan Muhammad Idris yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing, berdasarkan hasil pengujian regresi dan hipotesis menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel inovasi produk terhadap keunggulan bersaing Pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai indikator inovasi produk yang sesuai dengan inovasi produk baru selalu dilakukan, memberikan manfaat tambahan dari produk sebelumnya, produk baru menyesuaikan dengan trend waktu serta produk yang dikembangkan memasuki semua segmen pasar pembeli akan mempengaruhi keunggulan bersaing.

3. Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Kinandara Butik

Variabel kreativitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Kinandara Butik sebesar 0,522. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan kreativitas dan inovasi produk akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,522 tanpa dipengaruhi faktor lain. Selain itu juga dibuktikan dengan hasil hipotesis yang ternyata nilai F hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai F hitung $31,632 > F \text{ tabel } 3,15$, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis 3 diterima dan secara signifikan Kreativitas Produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Kinandara Butik.

Dalam penelitian Lona Noviani yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok "Liar" Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

IV. KESIMPULAN

A. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing. Variabel kreativitas produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,675 dengan nilai t tabel sebesar 2,002. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,675 > 2,002$, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Variabel inovasi produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,622 dengan nilai t tabel sebesar 2,002. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2,622 > 2,002$ dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$.

C. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Variabel kreativitas produk dan inovasi produk menunjukkan nilai f hitung sebesar 31,632

dengan nilai f tabel sebesar 3,15. Ini berarti nilai f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $31,632 > 3,15$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

REFERENSI

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Stoker, Jane. 2006. *How To Do Media and Cultural Studies: Panduan untuk Melakukan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*. Yogyakarta: BENTANG.
- Hermawan, Iwan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran.
- Arif, Al Nur Rianto dan Yuke Rahmawati. 2018. *Manajemen Risiko Perbankan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Supriyanto, Androyono dkk. 2022. *Berbagi Untuk Negeri: Kiprah dan Pemikiran Detasir untuk Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Tohardi, Ahmad. 2019. *Buku Ajar Pengantar Metodologi Penelitian Sosial+plus*. Pontianak: Tanjungpura University Press.
- Widarsa, Ketut Tangkir dkk. 2022. *Metode Sampling Penelitian Kedokteran dan Kesehatan*. Denpasar: Baswara Press.
- Nasruddin, Surajiyo dan Herman Paleni. 2020. *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)*. Yogyakarta : CV Budi Utama.
- Marzuki, Gustina, Crystha Armereo, dan Pipit Fitri R. 2020. *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawah. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Santoso, Nurbayu Budi dan Muliawan Hamdani. 2007. *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Jakarta: Erlangga.
- Yuliani, Tessa dkk. "Pengaruh inovasi dan Kreativitas Produk Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Pada Industri Kerajinan Kapuk". *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 1. 2020.
- Sari, Anggri Puspita dkk. 2020. *Ekonomi Kreatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sukmadi. 2016. *Inovasi & Kewirausahaan*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Lewaherilla, Novalien.C. dkk. 2021. *Knowledge Management*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Setiawan, Iwan. 2012. *Agri Bisnis Kreatif*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Noviani, Lona. "Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok"Liara)". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan* Vol. 02 No. 01. 2020.
- Novitasari, Dian dkk. "Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing", *Jurnal Manajemen*, Vol. 4 No. 2. 2021.
- Yuliani, Tessa, Iiz Izmuddin, dan Anne Putri. "Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Pada Industri Kerajinan Kapuk". *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 4 No. 1. 2020.
- Anjaningrum, Widiya Dewi dan Agus Purnomo Sidi. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Terbagung dalam Malang Creative Fusion)". *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. Vol. 12 No. 2. 2018.
- Siagian, Valentine dkk., 2020. *Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Setiawan, Iwan. 2012. *Agri Bisnis Kreatif: Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Irnowati, Jeni dkk. 2021. *Technopreneurship: Wirausaha Berbasis Digital*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Darmanto dan Sri Wardaya. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggriani, Wulan Akhirman dan Muhammad Idris. "Pengaruh Inovasi Produk , Kreativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Kerupuk Udang Mak Wing". *Universitas Maritim Raja Ali Haji SOJ Student Online Jurnal*. Vol. 3 No. 1. 2022. 1-13.

- Nasution, Dito Aditia Darma dan Mika Debora Br. Barus. 2019. *MONOGRAF : Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintahan Kota Tanjung Balai dengan Komitmen Organisasi sebagai Variabel Moderating*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Wiranata, Surnita Sandi dan Yofi Syarkana. 2021. *Inovasi Produk*. Sukabumi: CV Jejak.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Purwoto, Agus. 2007. *Panduan Laboratorium Statistik inferensial*. Jakarta: Grasindo.
- Yusuf, Muhammad. 2019. *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang*. Bogor: IPB Press Printing.
- Sapri, ahmad mustanir dan Hardianti Darman. 2020. *Pelayanan Publik Implementasi dan Aktualisasi*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Roza, Rahmi dkk., 2020. *Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter*. Kreatif Industri Nusantara: Bandung.

