

**STRATEGI RANTAI NILAI DAN INOVASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN
KEUNGGULAN BERSAING
(SURVEY PADA PENGUSAHA BATU ALAM DIKECAMATAN SAGARANTEN
KABUPATEN SUKABUMI)**

¹Nurul Hermawan Alamsyah, ²Kokom Komariah, ³Sopyan Saori

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sukabumi

[¹nurulhermawana99@ummi.ac.id](mailto:nurulhermawana99@ummi.ac.id), [²ko2mpuspa@ummi.ac.id](mailto:ko2mpuspa@ummi.ac.id), [³sopyansaori@ummi.ac.id](mailto:sopyansaori@ummi.ac.id)

ABSTRACT

This research is motivated by showing the intense competition in increasing competitive advantage, especially among MSME natural stone entrepreneurs in the Sagaranten sub-district, Sukabumi district, in increasing their competition. The formulation of the problem in this research is how to describe the value chain and product innovation in increasing competitive advantage in a survey of natural stone entrepreneurs in the Sagaranten district, Sukabumi district, including: 1. How is the value chain methodology applied to develop product innovation, 2. What is the influence of development or innovation products on competitive advantage, 3. How does value chain strategy influence competitive advantage. The method used in this research is descriptive and associative with a quantitative approach. The data collection method uses a questionnaire, which is then analyzed using multiple regression with the classic assumption test. The sampling technique in this research used a probability sampling technique, the sample used in this research was 33 MSME respondents who were natural stone entrepreneurs in Sagaranten sub-district, Sukabumi district. From the results of this research, it is known that the calculated F value is for the influence of Value Chain Strategy X1 and Product Innovation X2 simultaneously on Competitive Advantage Y with the calculated F result being greater than the F table value. F count 396.646 > F table 3.32 and in the T-Test test where t count 2.299 > t table 1.693 which means it shows that there is a significant influence between Value Chain Strategy (X1) on Competitive Advantage (Y), as for the Product Innovation variable (X2) on Competitive Advantage (Y) shows a positive and significant influence with the results of t calculated 2.351 > t table 1.693.

Keywords: *Value Chain Strategy, Product Innovation, Competitive Advantage*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dengan menunjukkan ketatnya persaingan dalam meningkatkan keunggulan bersaing terutama pada UMKM pengusaha batu alam yang berada dikecamatan sagaranten kabupaten sukabumi dalam meningkatkan persaingannya. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana gambaran rantai nilai dan inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing survey pada pengusaha batu alam yang berada dikecamatan sagaranten kabupaten sukabumi, diantaranya: 1.Bagaimana metodologi rantai nilai diterapkan untuk pengembangan inovasi produk, 2.Bagaimana pengaruh pengembangan atau inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, 3.Bagaimana pengaruh strategi rantai nilai terhadap keunggulan bersaing. Metode yang dipakai pada penelitian ini yaitu deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan data memakai kuesioner, yang selanjutnya dianalisis dengan memakai regresi berganda dengan uji asumsi klasik. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini memakai teknik probability sampling, sampel yang dipakai pada penelitian ini sebanyak 33 responden UMKM pengusaha batu alam dikecamatan sagaranten kabupaten sukabumi. Dari hasil penelitian ini diketahui nilai F hitung untuk pengaruh Strategi Rantai Nilai X1 dan Inovasi Produk X2 secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing Y dengan

hasil F hitung lebih besar dari nilai F tabel. $F_{hitung} = 396,646 > F_{tabel} = 3,32$ dan pada pengujian Uji $-T$ yang dimana $t_{hitung} = 2,299 > t_{tabel} = 1,693$ yang artinya menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara Strategi Rantai Nilai (X_1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y), adapun untuk variable Inovasi Produk (X_2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dengan hasil $t_{hitung} = 2,351 > t_{tabel} = 1,693$.

Kata Kunci: Strategi Rantai Nilai, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya jaman persaingan yang dihadapi akan semakin meningkat dalam keungulan bersaing terutama dalam meningkatkan inovasi produk terhadap rantai nilai, baik dalam kemampuan ataupun keterampilan yang dihasilkan perusahaan itu sendiri. Dorongan dalam inovasi dan ilmu pengetahuan telah membawa masyarakat pada kehidupan yang lebih baik, dimana saat ini gaya hidup manusia cenderung lebih berlebihan daripada bermanfaat, artinya sebagian besar konsumen memerlukan barang yang murah namun dengan kualitas yang baik. Hal ini memberikan ekspektasi yang luar biasa pada organisasi mengenai metode paling efisien untuk membuat produk berkualitas tanpa meningkatkan biaya produk. Karena pada dasarnya suatu organisasi adalah sebuah yayasan yang bergegas memberikan tenaga dan produknya agar dapat melayani kepentingan pelanggan sebagai sebuah kebutuhan.

Pada penelitian kali ini penulis akan meneliti para pelaku usaha batu akik atau batu alam di Kecamatan Sagaranten, kawasan Sukabumi, yang berjarak sekitar 53 km dari pusat kota Sukabumi, Jawa Barat, khususnya usaha yang fokus pada penjualan batu akik atau batu alam. Menurut penduduk setempat nama kawasan Sagaranten diambil dari dua kata "sagara" yang berarti laut dan "inten" yang berarti permata atau batu yang bersinar. Berdasarkan hasil Observasi peneliti kepada beberapa pengusaha batu alam dan informasi-informasi dari berbagai media online seperti yang dikutip oleh detikNews sejak tahun 1945, kawasan ini dikenal sebagai penghasil batu alam sehingga tak heran jika para perajin berhasil mengekspor batu akik dalam berbagai model ke negara-negara Asia, Eropa dan Amerika Serikat.

Berdasarkan hasil observasi kepada beberapa pengrajin sekaligus pengusaha batu alam yang berada dikecamatan sagaranten kabupaten sukabumi, penulis menemukan adanya beberapa fenomena masalah. Salah satu fenomena masalah tentang keunggulan bersaing dalam mengolah biaya produksi dan biaya bahan baku. Yaitu seperti pengusaha harus bisa memenuhi keinginan para pembeli dari pasar luar negeri dalam berbagai kualitas dan model yang diinginkan, sehingga para pembeli bisa merasa terpuaskan dengan produk yang dihasilkan dan menjadi pembeli yang berlangganan, namun itu semua bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan para penjual karena untuk mendapatkan batu alam yang berkualitas tinggi dibutuhkan juga bahan mentah yang diimpor dari berbagai wilayah, seperti: Baturaja Lampung, Kalimantan, Jambi, Sulawesi, Maluku, hingga Papua. Dan untuk membuat model yang diinginkan para pembeli juga dibutuhkan para pekerja yang ahli sehingga mereka dapat membuat item yang sangat unggul tinggi, oleh sebab itu biaya yang dihasilkan dalam melakukan persaingan sangatlah dibutuhkan oleh para pengusaha batu alam supaya produk yang dipasarkan bisa unggul dalam persaingan lokal maupun internasional.

Strategi rantai nilai dan inovasi produk menjadi faktor krusial dalam meningkatkan keunggulan bersaing di era globalisasi saat ini. Khususnya dalam industri batu alam, kecamatan Sagaranten Kabupaten Sukabumi menawarkan potensi besar yang dapat

dimaksimalkan melalui penerapan strategi ini. Pengusaha batu alam di kecamatan Sagaranten perlu memahami bahwa persaingan tidak lagi hanya didasarkan pada biaya produksi rendah, tetapi juga pada kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah melalui inovasi produk dan efisiensi rantai nilai. Dalam konteks ini, strategi rantai nilai mempertimbangkan setiap tahap dari pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, hingga pelayanan pelanggan sebagai bagian integral yang saling terkait untuk menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan. Penerapan inovasi produk menjadi kunci untuk memenuhi tuntutan pasar yang semakin beragam dan dinamis. Melalui inovasi produk, pengusaha dapat mengembangkan batu alam dengan karakteristik yang unik, kualitas yang superior, dan nilai estetika yang tinggi sesuai dengan preferensi pasar global maupun lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi dan praktik pengusaha batu alam di kecamatan Sagaranten terkait penerapan strategi rantai nilai dan inovasi produk. Dengan memahami tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pelaku industri lokal, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana meningkatkan daya saing produk batu alam dari kecamatan Sagaranten Kabupaten Sukabumi di pasar global yang kompetitif. Dengan demikian, pendahuluan ini menguraikan latar belakang pentingnya strategi rantai nilai dan inovasi produk dalam konteks pengusaha batu alam di kecamatan Sagaranten, Kabupaten Sukabumi. Penekanan pada keunggulan bersaing melalui peningkatan nilai tambah dan inovasi diharapkan dapat membawa dampak positif bagi pertumbuhan industri serta ekonomi lokal secara keseluruhan.

Penelitian ini didasari dari beberapa penelitian terdahulu yaitu tentang Research Gap yang ditemukan Raissa Hasna Rosyidaa, Zulian Yamit dalam / (Rosyida & Yamit, 2022) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Desain, dan Inovasi Terhadap Keunggulan bersaing PT Paragon Technology and Innovation di Yogyakarta, menyatakan bahwa pengembangan item atau inovasi produk berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rika Devi Kurniasari, Agung Utama, M.SI dalam / (Kurniasari & Utama, 2018) yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Eceng Gondok "Akar") yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Berbeda dengan rantai nilai yang selalu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, salah satunya dikemukakan oleh Muhammad Azhar Wijaya, Epi Fitriah dalam / (Muhammad Azhar Wijaya & Epi Fitriah, 2022) yang berjudul Pengaruh Penerapan Analisis Rantai Nilai Terhadap Keunggulan Bersaing, menyatakan bahwa rantai nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

LANDASAN TEORI

Studi tentang strategi rantai nilai dan inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing, khususnya dalam konteks pengusaha batu alam di Kecamatan Sagaranten, Kabupaten Sukabumi, dalam penelitian ini penulis mengambil tiga variabel, yaitu diantaranya: (X1) Strategi Rantai Nilai, dan Inovasi Produk (X2) sebagai Indevendan Variabel, kemudian Keunggulan Bersaing (Y) sebagai Deependen Variabel dengan teori-teori sebagai berikut:

1. Strategi Rantai Nilai (Value Chain Strategy)

Konsep ini diperkenalkan oleh Michael Porter dan menekankan pentingnya analisis setiap aktivitas dalam rantai nilai perusahaan untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Pengusaha batu alam dapat menggunakan konsep ini untuk mengidentifikasi titik-titik kelemahan dan keunggulan dalam rantai produksi mereka,

mulai dari ekstraksi batu alam hingga pemasaran dan distribusi.

2. Inovasi Produk.

Inovasi produk tidak hanya berarti menciptakan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan produk yang sudah ada dan integrasi teknologi baru. Teori ini menekankan pentingnya pengembangan produk yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, serta meningkatkan efisiensi operasional dan diferensiasi produk dalam pasar batu alam.

3. Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)

Konsep ini berkaitan dengan strategi yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah yang tidak dapat ditiru oleh pesaing. Dalam konteks batu alam, keunggulan bersaing dapat diperoleh melalui diferensiasi produk, biaya produksi yang lebih rendah, akses yang lebih baik ke bahan baku, atau penetrasi pasar yang lebih luas.

4. Survey dan Penelitian Lapangan

Penting untuk melakukan penelitian lapangan (survey) yang mendalam untuk mengumpulkan data tentang tantangan, peluang, dan kebutuhan pasar dari perspektif pengusaha batu alam di Kecamatan Sagaranten. Dengan cara ini, dapat diidentifikasi preferensi konsumen, perubahan tren pasar, serta masukan langsung dari pemangku kepentingan lokal.

METODOLOGI

Metode penelitian menurut Sugiono (2014) yaitu cara untuk mendapatkan data dan informasi, objek atau kegiatan dengan suatu variasi terentu dan ditetapkan oleh penulis serta ditarik kesimpulannya. Adapun metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kuantitatif dengan pendekatannya deskritif dan asosiatif. Mc Millan dan Schumacher, membedakan penelitian kuantitatif menjadi dua, yaitu penelitian eksperimen dan non-eksperimen. Dalam sebuah studi penelitian, strategi eksplorasi sangat penting karena merupakan pertimbangan atas kekhasan yang sedang dipertimbangkan. Penelitian ini mempunyai variabel bebas dan terikat, dengan Strategi Rantai Nilai sama dengan (X_1), Inovasi Produk sama dengan (X_2), dan Keunggulan Bersaing sama dengan (Y) sebagai variabel terikat. Objek penelitian ini adalah tujuan penulis untuk memperoleh susunan atau jawaban atas permasalahan yang ada, penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen strategi, khususnya yang berkaitan dengan penyelidikan metodologi rantai nilai dan inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Dalam eksplorasi ini ada tiga faktor yang akan dipertimbangkan oleh penulis, diantaranya: (X_1) Strategi Rantai Nilai, dan Inovasi Produk (X_2) sebagai Indevenden Variabel, kemudian Keunggulan Bersaing (Y) sebagai Deependen Variabel. Penelitian ini dilakukan kepada salah satu perusahaan penyedia barang dan jasa yang bergerak dibidang industri perhiasan dan aksesoris Salah satu perusahaan penyedia barang dan jasa adalah Pengusaha Batu Alam Dikecamatan Sagaranten Kabupaten Sukabumi, pengusaha batu alam yang berada diberbagai titik dikecamatan sagaranten ini berjumlah 33 pengusaha batu alam terutama kampung garduh, desa datar nangka, kecamatan sagaranten, kabupaten sukabumi, jawa barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan keterangan tabel perhitungan kesalahan 5% dan dk= (n – 1) dk= 33-1 = 32 jika dibandingkan nilai t tabel diperoleh dari t tabel ketentuan ini sebesar 1.693. Berdasarkan dari tabel diatas dihasilkan t hitung lebih besar dari pada t tabel yang dimana t hitung 2,299 > t tabel 1,693, artinya adanya pengaruh signifikan antara Strategi Rantai Nilai (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) pada perusahaan batu akik. Adapun berdasarkan perhitungan diatas nilai t hitung varibel Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 2,351. Berdasarkan keterangan tabel perhitungan kesalahan 5% dan dk= (n – 1) dk= 33-1 = 32 jika dibandingkan nilai t tabel diperoleh dari t tabel ketentuan ini sebesar 1.693. Berdasarkan dari tabel diatas dihasilkan t hitung lebih besar dari pada t tabel yang dimana t hitung 2,351 > t tabel 1,693, artinya adanya pengaruh signifikan antara variable Inovasi Produk (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y).

PENUTUP

Dari beberapa hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi rantai nilai dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dapat dilihat pada pengujian hipotesis yang pada dasarnya pengusaha batu alam yang berada dikecamatan sagaranten kabupaten sukabumi bisa meningkatkan keunggulan bersaing dengan adanya strategi rantai niali yang diterapkan. Artinya supaya dapat memiliki keunggulan dalam bersaing setiap perusahaan dituntut supaya dapat meberikan kepuasan terhadap para pelanggan, untuk itu diperlukan strategi rantai nilai untuk meningkatkan keunggulan bersaing dalam mencapai kepuasan para konsumen dan juga dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan pemasaran khususnya pada penjualan batu alam yang berada dikecamatan sagaranten. Kemudian keunggulan bersaing pada

pengusaha batu alam yang berada dikecamatan sagaranten kabupaten sukabumi juga dapat ditingkatkan dengan adanya inovas produk, hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi inovasi produk maka semakin tinggi pula untuk menciptakan keunggulan dalam bersaing khususnya pada penjualan batu alam atau batu akik. Karena dengan adanya inovasi produk bisa memperkuat keunggulan bersaing dalam pemasaran dengan menyediakan banyak pilihan produk baru. Selain itu juga Inovasi produk juga mendorong perusahaan untuk berkembang, bersaing, memenuhi kebutuhan pelanggan dan tetap relavan dalam lingkungan bisnis yang berubah- ubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al, S. et. (2019). Determinan keunggulan bersaing Clarisa. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 8(2), 66–72.
- Anisa aprilianingsih, agus frianto. "Pengaruh Job Demands dan Job Resources Terhadap Work Engagments Pada Tenaga Kependidikan Diperguruan Tinggi." (*Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya*) 10 (2022).
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Christine, D., Wijaya, J., Chandra, K., Pratiwi, M., Lubis, M. S., & Nasution, I. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 340–350. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.102>
- Curatman, A. dkk. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, XVIII(3), 61–75.



- Damayanti, N. A., Probowulan, D., & Nastiti, A. S. (2021). Analisis Rantai Nilai Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada UD. Ijen Batik Bondowoso). *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 1(1), 12–24. <https://doi.org/10.25047/asersi.v1i1.2687>
- Dr. Vladimir, V. F. (2021). Kajian Tentang Kesadaran Masyarakat Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (Studi Deskriptif Analisis Pada Masyarakat Desa Kayuamban Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat) Universitas. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Fitriadi, B. W., & Barlian, B. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Survei pada Konsumen Samudra Bordir Tasikmalaya). 1(12), 4307–4311.
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>
- Hanafi, M. (2015). Konsep Dasar dan Perkembangan Teori Manajemen. *Managemen*, 1(1), 66. <http://repository.ut.ac.id/4533/1/EKMA4116-M1.pdf>
- Haryanti, S. S., & Nursusila, L. (2016). Membangun Kinerja Pemasaran Berbasis Inovasi Prodik dan Keunggulan Bersaing (Studi empiris pada kerajinan gitar di Kabupaten Sukoharjo). *Aktual*, 2(1), 1–19.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Huda, I. U., Karsudjono, A., & Maharani, P. N. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm Di Banjarmasin). *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(3), 392–407. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i3.359>
- Ilmiah, J., & Konseling, B. (2018). *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*. 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.24036>
- Indahningrum, R. putri, Naranjo, J., Hernández, Naranjo, J., Peccato, L. O. D. E. L., & Hernández. (2020). Title. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2019.02.027> <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/%0A???>
- Julianto, E. W., & Darwanto, D. (2017). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Jagung Di Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i1.1473>
- Kurniasari, R. ., & Utama, A. (2018). The Effect of Product Innovation, Product Creativity, and Product Quality on Competitive Advantage (a Case Study of Handicraft Enceng Gondok “Akar”). *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3, 467–477. <http://okezone.com>
- Mar'atusholihah, H., Priyanto, W., & Damayani, A. T. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Tematik Ular Tangga Berbagai Pekerjaan. *Jurnal Mimbar PGSD Undiksha*, 7(3), 253–260. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPGSD/article/view/19411>.
- Mardiatmoko, Gun. "Pentingnya Uji Aaumai Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*])." *Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 2020: 334.
- Marisa, J., Syahni, R., Hadiguna, R. A., & Novialdi. (2017). Analisis Strategi Rantai Nilai (Value Chain) Untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Pendekatan Manajemen Biaya Pada Industri Pengolahan Ikan. *Journal of Animal Science and Agronomy Panca Budi*, 2(02), 1–11. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jasapadi/article/view/97>
- Muhammad Azhar Wijaya, & Epi Fitriah. (2022). Pengaruh Penerapan Analisis Rantai Nilai terhadap Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Riset Akuntansi*, 123–128. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1408>
- Nasir, A. (2017). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 5(1), 20. <https://doi.org/10.33366/ref.v5i1.559>
- Nugraha, Q. (2016). Modul 1 Manajemen Strategis. *Manajemen Strategis Pemerintahan*, 51. <http://repository.ut.ac.id/4213/1/IPEM4218-M1.pdf>
- Nugroho. (2015). Analisis Implementasi Manajemen Kualitas Dari Kinerja Operasional Pada Industri Ekstraktif Disulawesi Utara (Studi Komparasi Pada Pertanian, Perikanan, dan Peternakan). *Nugroho*, 4(2), 859–869.
- Nugraha, Billy. Pengembangan Uji Statistik.2022.



- Nurbaiti, Y., & Napitupulu, R. H. M. (2020). Pengadministrasian Job Description Karyawan Menggunakan Aplikasi HCIS (Human Capital Information System) di Perum Perumnas. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 5(1), 73–85.
- Nurfitriani, T. (2016). Tinjauan Atas Prosedur Simpan Pinjam Pada Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU JABAR). In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Papilaja, J. (2019). Analisis Rantai Nilai Untuk Efisiensi Dan Peningkatan Marjin Pada Perusahaan Produsen Mutiara Di Maluku. *Soso-Q: Jurnal Manajemen*, 4, 11–19. <https://ojs.unpatti.ac.id/index.php/sosoq/article/view/689>
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.31959/jm.v7i1.78>
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2016.
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402–414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Rosyida, R. H., & Yamit, Z. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT Paragon Technology And Innovation Di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 119–130. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/38901>
- Satria Tirtayasa, Anggita Putri Lubis, Hazmanan Khair. "Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen." *Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 2021: 69.
- Segara, G. A., Kusmantini, T., & Utami, Y. (2019). Pengaruh Aktivitas Rantai Nilai Terhadap Kualitas dan Inovasi Produk. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 191–202. <https://doi.org/10.35899/biej.v1i3.71>
- Septiani, G., Sumartias, S., & Perbawasari, S. (2021). *Jurnal Visionida*, Volume 7 Nomor 2, Desember 2021. Profesi Humas, 7(2), 155–171.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian dan Teknik Analisa Data. *Jurnal Akuntansi*, 3, 103–111.
- Sunarto, A. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Berbasis Inovasi untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 397–407. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/504>
- Susanto, H., Padmalia, M., & Andadari, R. K. (2021). Analisa Dampak Manajemen Rantai Nilai dalam Masa Pandemi Covid pada Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Keluarga Sektor Manufaktur di Jawa Timur). *Business and Finance Journal*, 6(2), 155–166. <https://doi.org/10.33086/bfj.v6i2.2040>
- Tiengtavaj, S., Phimonsathienand, T., & Fongsuwan, W. (2017). Ensuring Competitive Advantage through Innovation Capability and Clustering in the Thai Automotive Parts Molding Industry: A SEM Approach. *Management and Production Engineering Review*, 8(1), 89–100. <https://doi.org/10.1515/mper-2017-0010>
- Tiring, S. (2019). Perbedaan Pendekatan Pembelajaran Science, Environment, Technology and Society dan Contextual Teaching and Learning terhadap Hasil Belajar Kognitif pada Serambi PTK, VI(3). <http://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-ptk/article/view/1442>
- Wijaya, M. (2019). Analisis Rantai Nilai dalam Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan Kompetitif Perusahaan. *Media Informatika*, 18(3), 122–128. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v18i3.31>
- Wijoyo, H., Devi, W. S. G. R., Ariyanto, A., & Sunarsi, D. (2021). The Role of Regular Tax Functions in the Pandemic Period Covid-19 at Pekanbaru. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 1(10), 509–512.
- Yusiana, R., & Maulida, R. (2016). Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond'S Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran). *Jurnal E-Komunikasi*, 15(1), 233–240. www.marketing.co.id
- Zakiyudin, A. (2018). Membangun Kinerja Perusahaan Melalui Perencanaan Strategis Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing