# PENGARUH INOVASI PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK WOODENWAY

**JURNAL**

Ditulis Oleh :


| | |
|---|---|
| Nama | : Tri YudiantoBagaskara |
| Nomor Mahasiswa | : 15311304 |
| Program Studi | : Manajemen |
| Bidang Konsentrasi | : Operasional |

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**


**2019**

# PENGARUH INOVASI PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK WOODENWAY

**JURNAL**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh :


Nama : Tri YudiantoBagaskara

Nomor Mahasiswa : 15311304

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional


**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**Lembaran Pengesahan**

Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Kualitas Produk terhadap Keunggulan bersaing pada produk Woodenway

Nama : Tri Yudianto Bagaskara

Nomor Mahasiswa : 15311304

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, November 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

ZulianYamit Drs. M.Si.

**PENGARUH INOVASI PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK WOODENWAY**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

triyudibagas@gmail.com

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah inovasi produk,desain produk,dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing suatu produk.

Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang ada di kota Yogyakarta. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 110 orang yaitu mahasiswa dan anak-anak muda yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa inovasi produk, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing suatu produk.

**Kata kunci: inovasi produk, desain produk, kualitas produk, keunggulan bersaing**

*THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, PRODUCT DESIGN, AND PRODUCT QUALITY TOWARD COMPETITIVE ADVANTAGES OF WOODENWAY PRODUCTS*

Tri Yudianto Bagaskara

*Management Study Program, Faculty of Economics, Indonesian Islamic University*

triyudibagas@gmail.com

***ABSTRACT***

The purpose of this study was to determine whether product innovation, product design, and product quality affect the competitive advantage of a product.

The population in this study are people in the city of Yogyakarta. Samples taken in this study were 110 people, namely students and young people in Yogyakarta Special Region.

The results of this study prove that product innovation, product design, and product quality affect the competitive advantage of a product.

**Keywords: product innovation, product design, product quality, competitive advantage**

**Pendahuluan**

Di era digital sekarang ini, akses diantara produsen dan konsumen sudah tidak memiliki batas, serta proses bisnis yang terjadi pun sudah sangat mudah untuk dilakukan kapanpun dan dimanapun. Hal ini membuat persaingan bisnis di era digital saat ini menjadi semakin ketat, mudahnya untuk mengakses informasi membuat para konsumen menjadi semakin selektif untuk membeli sebuah produk. Maka dari itu produsen harus selalu menciptakan inovasi pada produk nya dan agar dapat selalu unggul dan bertahan dalam persaingan bisnis.

Dahulu *fashion* hanyalah sebuah kebutuhan primer belaka. Seiring dengan berkembangnya dunia industri, hiburan, informasi dan teknologi. Produk *fashion* saat ini berkembang sangat cepat mengikuti perkembangan zaman yang ada dan terkait dengan *trend* yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup. Masyarakat saat ini sudah sangat menyadari

akan kebutuhan *fashion* yang lebih dari sekedar berpakaian, tapi juga bergaya dan trendi. Industri *fashion* adalah salah satu industri yang berkembang pesat. Di dalam ekonomi kreatif, industry *fashion* merupakan penyumbang kedua terbesar kepada pendapatan domestik bruto (PDB) setelah bisnis kuliner. (Triawan Munaf, 2018) Kondisi ini tentu saja tidak bisa dilepaskan dari sumbangan para pemilik brand lokal yang banyak didominasi generasi muda.

Dalam dunia *fashion*, aksesori (atau aksesoris) adalah benda-benda yang dikenakan seseorang untuk menambah keindahan bagi sipemakai. Bentuk aksesoribermacam-macam dan banyak di antaranya terkait dengan peran gender pemakainya. Benda-benda yang termasuk dalam aksesoris adalah cincin yang merupakan perhiasan yang dipakai pada jari tangan, gelang yang merupakan perhiasan yang di pakai pada bagian tangan atau kaki, anting yang merupakan perhiasan yang dipakai pada bagian telinga, jam tangan merupakan penunjuk waktu yang digunakan pada pergelangan tangan.

Hampir setiap orang pasti memiliki jam tangan. Jam tanganadalah alat yang berfungsi untuk memudahkan orang yang memakainya sebagai penunjukwaktu yang sangat efisien karena jam tangan dikenakan di pergelangan tangan. Dan saat ini sudah banyak brand lokal dari Indonesia yang bergerak membuat jam tangan. Di Indonesia sendiri, tidak sedikit brand jam tangan yang memiliki kualitas yang baik dan mampu bersaing di pasar internasional.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, *owner*dari brand lokal harus meningkatkan inovasi dan kreativitas yang selaras dengan kebutuhan industri. Dengan makin berkembangnya industri kreatif di Indonesia, semakin banyak bermunculan produk lokal pada bidang *fashion* yang tidak kalah menarik dengan brand luar negeri. Tidak sedikit produk lokal di bidang aksesoris yang mampu bersaing di dalam pasar internasional, saat ini sudah ada beberapa produk jam tangan lokal yang masuk ke pasar internasional. Seperti "PALA Nusantara", "Woodka" dari Bandung dan "Matoa" dimana rata-rata jam tangan kayu diproduksi oleh masyrakat atau pemuda-pemuda yang berasal dari Bandung.

Jam tangan tidak selalu harus berbahan dasar *stainless*, karet, kulit, namun dari beberapa produk yang disebutkan diatas, mereka menciptakan produk jam tangan berbahan dasar kayu, dan sangat diminati oleh pasar, karena desain produk nya yang unik, kualitas nya yang tidak kalah dengan jam tangan berbahan dasar pada umumnya, tentu ini merupakan inovasi terbaru dari produk jam tangan.

Ini membuktikan bahwa produk jam tangan berbahan dasar kayu mulai banyak di Indonesia. Ini membuktikan bahwa produk jam tangan kayu banyak di minati oleh masyarakat dan bahkan sampai ke rancah internasional. Salah satunya nya yaitu produk asal daerah istimewa Yogyakarta yang bernama "Woodenway".Woodenway merupakan salah satu pembuat jam tangan dari kayu. Produk ini pertama kali didirikan pada tahun 2012tepatnya di Dusun Sedan, Kelurahan Sariharjo, Kecamatan Yogyakarta, Panggung Sari, Sariharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dimana daerah tersebut memang terkenal dengan hasil kerajinanya. Sebagai produk jam tangan berbahan dasar kayu dapat dikatakan sebagai salah satu produk jam tangan kayu pertama di Indonesia. Dan sekarang Woodenway juga mulai menambah produk lain seperti kacamata dan juga aksesoris lainya.

Tujuan diciptakan nya produk tersebut adalah untuk meningkatkan industri kreatif di Indonesia sehingga mampu bersaing di dalam pasar global. Membuktikan bahwa produk buatan lokal juga mampu bersaing dengan produk luar negeri.

Banyak faktor yang menentukan keunggulan bersaing, salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, obyek yang dianggap baru oleh seseorang individu atau unit pengguna lainnya. Inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan,

meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan (Prajogo & Sohal, 2003). Perusahaan dapat melakukan berbagai inovasi dengan membuat berbagai macam desain produk, dan menambah nilai guna suatu barang, selain itu perusahaan juga dapat melakukan inovasi dalam bidang 1) inovasi produk seperti pada barang, jasa, ide dan tempat. 2) inovasi manajemen seperti pada proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran dll.

Inovasi sangat penting bagi sebuah perusahaan. Inovasi produk juga merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut. Perusahaan menciptakan inovasi produk dengan berbagai macam desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, sehingga inovasi produk adalah salah satu cara perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Pada produk Woodenway, dimana brand tersebut berinovasi membuat jam yang berbahan dasar kayu dengan berbagai macam bentuk sehingga konsumen dapat memilih produk yang sangat inovatif.

Menurut Kotler dan Keller (2012:332), “Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan”. Maka dari itu, produk harus memperhatikan desain produknya agar dapat sesuai dengan apa yang kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2005) menjelaskan bahwa kualitas produk memiliki berhubungan dengan kemampuan produk untuk menngetahui fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keahlian, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan. Kualitas produk dapat diukur menggunakan hasil (*performance*), tampilan (*Features*), keahlian (*Reliability*) dan kesesuaian (*conformance*). Menurut Tjiptono (2012) kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada produk Woodenway ini, memiliki desain dan bentuk yang cukup beragam dengan memiliki warna dan ukiran yang beragam. Dan terkadang mengambil desain dengan tema-tema tentang nusantara seperti Woodenway wayang version.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2003:311) “Mendefinisikan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi”.

Pada produk Woodenway ini, walaupun produknya berbahan dasar kayu produk ini tidak mudah lapuk ataupun rusak,tentu saja hal ini berbeda dengan jam tangan pada umumnya serta memiliki desain atau model ukiran yang berfariasi. Dengan model yang beragam tentu saja produk tersebut diminati oleh kalangan anak-anak muda zaman sekarang. Selain itu produk Woodenway mengutamakan presisi dan kualitas di setiap detail terkecil. Dan juga memberikan garansi utuh selama satu tahun, garansi ini termasuk untuk pembelian di toko maupun *online*.

Saat ini mulai banyak bermunculan pesaing dari produk Woodenway yang memproduksi jam tangan berbahan dasar kayu, seperti halnya Pala Nusantara, Woodka,dan juga Matoa. Permintaan setiap pelanggan pasti memiliki perbedaan antara satu dengan yang lainya. Untuk dapat meningkatkan minat beli konsumen maka Woodenway harus jeli melihat apa yang diinginkan oleh konsumen yang akan berdampak pada keuntungan perusahaan.

Seperti dari segi desain dari produk mereka, kualitas yang harus diperhatikan secara maksimal, inovasi produk mereka agar para konsumen tidak merasa jenuh dengan produk mereka. Ketiga aspek tersebut dinilai dapat berpengaruh kepada keunggulan bersaing dari Woodenway terhadap pembuat produk serupa lainnya.

**Kajian Pustaka**

**a Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing**

Inovasi produk merupakan suatu hal yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing bagi para pelaku bisnis agar dapat menarik konsumen yang lebih banyak lagi. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution, 2005). Dengan menambahkan komponen-komponen pada produk yang sudah ada dapat diartikan sebuah inovasi produk karena adanya pengembangan bada produk yang sudah ada. Munculnya inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga inovasi produk merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Inovasi produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi inovasi produk juga dapat berperan sebagai mediator yang menguatkan hubungan antara orientasi pasar dan kinerja perusahaan.

Keunggulan bersaing membutuhkan inovasi produk agar konsumen tidak jenuh dengan produk atau jasa yang begitu-begitu saja. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution, 2005).Munculnya inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga inovasi produk merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Inovasi produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi inovasi produk juga dapat berperan sebagai mediator yang menguatkan hubungan antara orientasi pasar dan kinerja perusahaan.

**b. Pengaruh Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing**

Desain produk merupakan suatu hal yang di pertimbangan bagi para pelaku bisnisyang ditujukan untuk menarik lebih banyak konsumen. Ini berlaku terhadap produk desain produk sendiri mencerminkan karakteristik atau indentitas dari produk tersebut,bertujuan untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik serta memiliki nilai jual yang tinggi. Desain produk adalahpenciptaan fitur produk oleh suatu perusahaan yang digunakan untukmenambah jenis dan variasi produk agar produk tersebut tetap diminati olehpara konsumen. Kotler dan Keller (2005) menjelaskan bahwa desain produkadalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produkberdasarkan kebutuhan pelanggan. Dengan adanya desain produk yang semenarik mungkindari suatu perushaan, maka konsumen akan melihat produk yang baru tersebut untukdikonsumsi terlebih dahulu. Semakin konsumen tertarik pada produkyang memiliki desain menarik maka konsumen akan berfikir bahwa perushaantersebut lebih unggul di bandingkan dengan pesaing dari segi produk yangmemiliki desain yang relatif.

Dari penjelasan tersebut dapat di asumsikanjika suatu perusahaan menciptakaan produk dengan desain yang bervariasi dan sesuai dengan apa yang di inginkan konsumen merupakan perusahaan yang akan berkembang dan sukses dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki banyak desain produk maupun desain monoton.

Desain produk sangat dibutuhkan pada keunggulan bersaing agar menjadi semaksimal mungkin. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pelanggan.Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya.

**c. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing**

Ketika menjalankan suatu bisnis, produk atau jasa yang di perjualbelikan harus memiliki kualitas yang sebaik-baiknya dan sesuai dengan harga yang ditawarkan. Agar suatu perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan pasar, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang maksimal akan membuat harapan konsumen terpenuhi, sehingga dapat mempengaruhi keunggulan bersaing dari suatu perusahaan.Dengan kualitas produk yang baik maka citra dari produk atau jasa yang kita miliki akan selalu ada dalam pikiran konsumen, karena ada jaminan kepuasaan ketika membelinya.

Goetsch Davis dalam (Yamit, 2011:8) menjelaskan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Perusahaan yang menghasilkan produk, lebih menekankan pada hasil karena konsumen tidak terlibat langsung dalam prosesnya. Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai ukuran sejauh mana suatu produk dapat berhasil untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Lemmink & Kasper, 1994 dalam Hussain & Ranabhat, 2013:12)

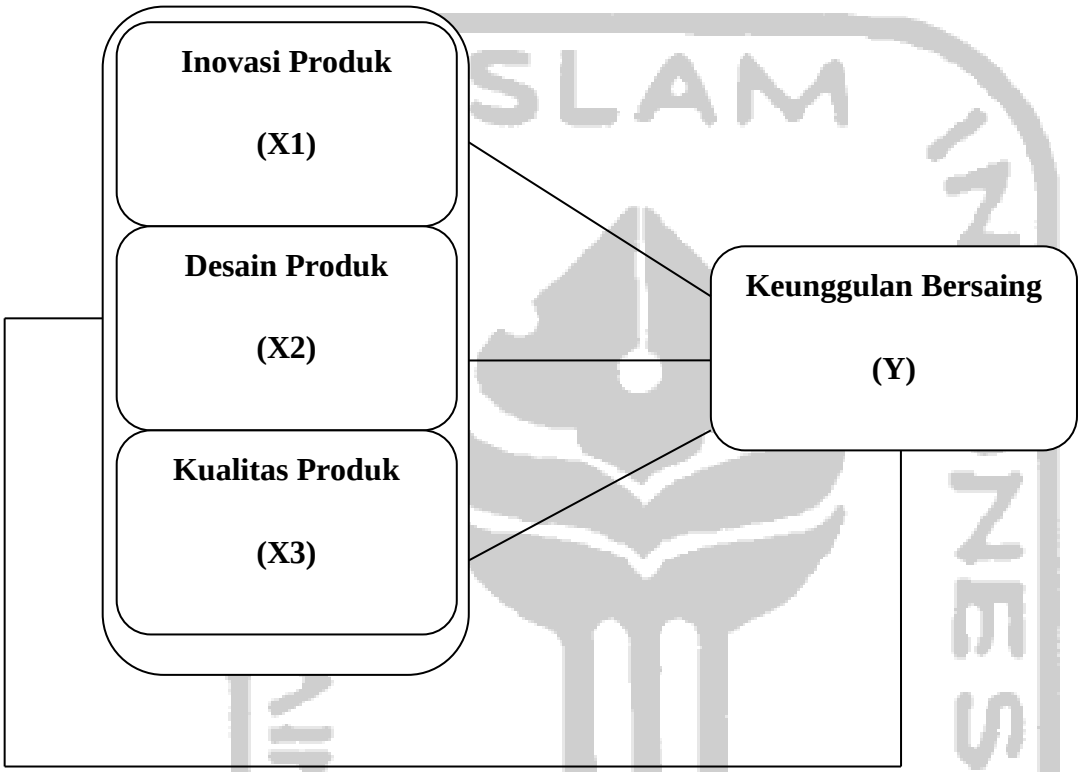
Keunggulan bersaing membutuhkan kualitas produk agar produk atau jasa yang dihasilkan menjadi lebih maksimal. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka diharapkan konsumen semakin bertambah dan tidak kehilangan konsumen yang sudah lama. Di lain sisi dengan adanya kualitas produk akan membuat harapan para konsumen terpenuhi dan hal ini mampu mempengarhi keunggulan bersaing suatu perusahaan.

**d. Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing**

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rika Devi Kurniasari (2018:91) maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing”.Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2014:1) memperoleh hasil bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keunggulan bersaing.

Inovasi produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dari suatu perusahaan, dimana ketiga variabel tersebut merupakan faktor yang sangat penting di dalam dunia bisnis, karena variabel tersebut dapat menentukan apakah perusahaan dapat unggul atau tidak dibandingkan dengan kompetitornya. Keunggulan bersaing diharapkan bekelanjutan agar perusahaan dapat mengantisipasi dan mengatasi ancaman dari kompetitornya maupun kondisi pasar yang kurang baik.

Dari penjelasan yang tertera di atas maka, dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dapat dibentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:




**Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran**

**2.6 Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Maka dari uraian masalah yang ada, dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut :

a) Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing

b) Desain Produk berpengaruh positif terhadap Keunggulan Bersaing

c) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing

d) Inovasi Produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk secara bersamaan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing.

## Metode Penelitian

### Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari *responden* dengan menggunakan *kuesioner*. Menurut Sugiyono (2008), penelitian survei adalah adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

### Populasi

Menurut Sugiyono (2008), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Yogyakarta. Maka dari itu penilitian ini dilakukan dengan cara *sampling*.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *probability sampling.* Menurut Sugiyono (2014:118) bahwa: Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah).

Dalam penelitian ini tidak ada pengelompokan sampel, maka dari itu disini saya menggunakan metode *probability sampling* karena dengan teknik pengambilan sample ini dapat diungkapkan bahwa sample yang saya ambil memiliki kesempatan yang sama.

### Sample

Menurut Sugiyono (2017:81), sampel adalah adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasinya besar,dan peneliti dirasa tidak mungkin dapat mempelajari semua yang ada pada populasi tersebut, misalnya dikarenakan oleh keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Peneliti tidak akan dapat mengambil semua populasi, dikarenakan jumlahnya yang sangat banyak, maka peneliti mengambil beberapa sampel untuk mewakili populasi.

Dalam penelitian ini saya menggunakan rumus Slovin berdasarkan notasi rumus besar sample penelitian dengan populasi 150 orang. Dengan margin of eror yang ditetapkan adalah sebanyak 5% atau 0,05. Perhitungannya adalah :

$n = N/(1+(N*e^2))$

sehingga $n = 150/(1+(150*0,05^2))$

n = 1000/(1+150*0,0025))

n = 150/(1,375)

n = 109,09/110

Jadi berdasarkan perhitungan di atas dapat ditentukan bahwa dalam penelitian ini sample yang digunakan adalah 110 orang.

**Metode Pengambilan Data**

**a) Data Primer**

Data primer yaitu data yang secara langsung didapat dari sumberpertama objek yang diteliti. Data primer pada penelitian ini adalah datayang diberikan langsung kepada responden melalui kuesioner yangmenyangkut analisis pengaruh desain produk dan kualitas produkterhadap keunggulan bersaing.

**b) Data Sekunder**

Data sekunder adalah data didapat dengan cara tidak langsungdari objek penelitian. Data sekunder yang diperlukan peneliti dapatdiperoleh dari Social Media Woodenway. Dan data sekunder jugatermasuk data dari perusahaan mengenai keterangan yang berhubungandengan pokok penelitian.

**Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan survey terhadap konsumen dari produk Woodenway melalui penyebarankuesioner. Menurut Sugiyono (2017:14), kuesioner merupakan teknikpengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkatpernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Yang memilikitujuan dalam memperoleh data mengenai pengaruh desain produk dankualitas produk yang selanjutnya akan dijadikan sebagai dasar dalammengukur keunggulan bersaing.Dalam penelitian ini, dalam mengukur variabel-variabel nya akandigunakan skala likert, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap,pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentangfenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkansecara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabelpenelitian, Sugiyono (2017: 93).

**Hasil Penelitian**

**1Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2017:125) validitas adalah sesuatu yang menunjukanderajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan datayang dikumpulkan oleh peneliti . Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya data dari kuesioner yangdibagikan kepada responden, dan untuk mengetahui suatu kuesioner dapatdinyatakan valid maka r hitung > r tabel.Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item dan skor total. Nilai r tabel untuk sampel 110 adalah sebesar 0,1874.Hasil uji validitas variabel inovasi produk, desain produk, kualitas produk, dan keunggulan bersaing dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut :

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Validitas**

| Variabel | item pertanyaan | Nilai koefisien korelasi ($r_{hitung}$) | r tabel | keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Inovasi produk | P1 | 0.797 | 0.1874 | valid |
| | P2 | 0.837 | 0.1874 | valid |
| | P3 | 0.895 | 0.1874 | valid |
| | P4 | 0.893 | 0.1874 | valid |
| | P5 | 0.908 | 0.1874 | valid |
| | P6 | 0.890 | 0.1874 | valid |
| | P7 | 0.895 | 0.1874 | valid |
| Desain produk | P1 | 0.734 | 0.1874 | valid |
| | P2 | 0.784 | 0.1874 | valid |
| | P3 | 0.635 | 0.1874 | valid |
| | P4 | 0.701 | 0.1874 | valid |
| | P5 | 0.523 | 0.1874 | valid |
| | P6 | 0.649 | 0.1874 | valid |
| | P7 | 0.642 | 0.1874 | valid |
| Kualitas produk | P1 | 0.662 | 0.1874 | valid |
| | P2 | 0.609 | 0.1874 | valid |
| | P3 | 0.607 | 0.1874 | valid |
| | P4 | 0.631 | 0.1874 | valid |
| | P5 | 0.744 | 0.1874 | valid |
| | P6 | 0.567 | 0.1874 | valid |
| | P7 | 0.639 | 0.1874 | Valid |
| Keunggulan bersaing | P1 | 0.788 | 0.1874 | Valid |
| | P2 | 0.704 | 0.1874 | Valid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | P3 | 0.442 | 0.1874 | Valid |
| | P4 | 0.374 | 0.1874 | Valid |
| | P5 | 0.498 | 0.1874 | Valid |
| | P6 | 0.283 | 0.1874 | Valid |
| | P7 | 0.806 | 0.1874 | Valid |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkantabel 4.1 diketahui hasil perhitungan *korelasi product moment*pada variabel inovasi produk, desain produk, kualitas produk, dan keunggulan bersaing lebih besar dari r tabel (0,1874),dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukan ketepatan,keakuratan, dan konsistensi, walaupun kuesioner ini digunakan lagi di lain waktupada penilitian yang lain. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan didalam kuesioner yang sudah dinyatakan valid. Suatu kuesioner dapat dikatakanreliable jika nilai dari *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

**Tabel 4.2**

**Hasil Pengujian Reliabilitas**

| Variabel Penelitian | *Koefisien alpha crobach* | nilai kritis | keterangan |
|---|---|---|---|
| Inovasi produk | 0.948 | 0.6 | reliabel |
| Desain produk | 0.787 | 0.6 | reliabel |
| Kualitas produk | 0.745 | 0.6 | reliabel |
| Keunggulan bersaing | 0.671 | 0.6 | reliabel |

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

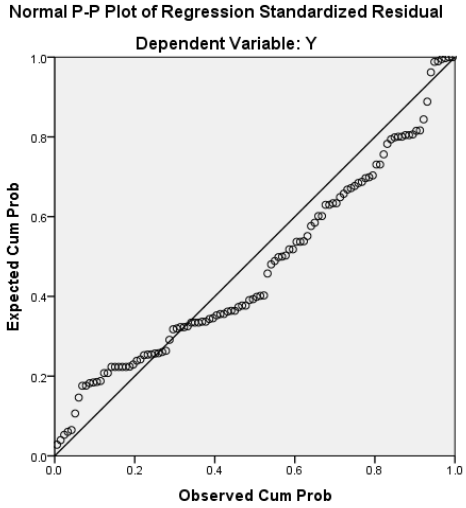
Hasil ringkasan uji reliabilitas seperti tabel 4.2 diatas diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha*variabel inovasi produk sebesar 0,948, desain produk sebesar 0,787, kualitas produk sebesar 0,745, dan keunggulan bersaing sebesar 0,671 dengan demikan nilai *alpha crobach* seluruh variabel lebih besar dari 0,6. Artinya variabel yang digunakna pada kuisioner menunjukan ketepatan,keakuratan, dan konsistensi.

**Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

**Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak dilihat dari *Normal probability Plot*. tersebut dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut:




Gambar 4.1. Normal Probability Plot

Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik yang terbentuk menyebar di sekitar garis diagonal. Dengan demikian data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

**Uji Multikolinieritas**

Berdasarkan hasil regresi variabel independen dan variabel dependen menghasilkan nilai Toleransi dan VIF pada ketiga variabel bebasnya. Untuk membuktikan ada atau tidaknya pelanggaran multikolinearitas dapat digunakan Uji VIF yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 atau lebih dari 0,1. Hasil uji multikolinieritas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.11**

**Hasil Perhitungan Multikolinearitas**

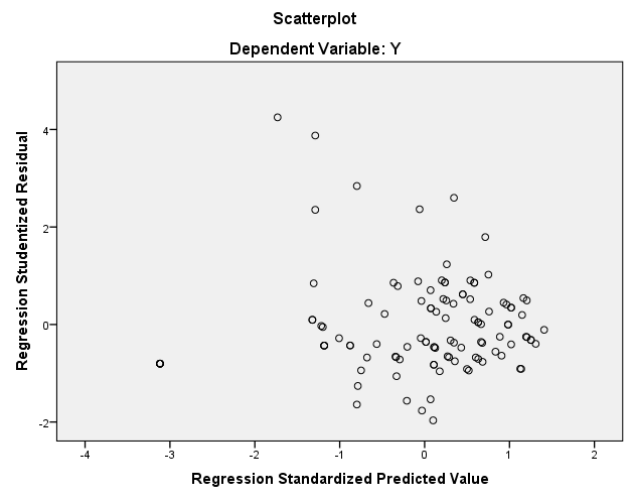
| Variabel | Toleransi | VIF | Keterangan |
|---|---|---|---|
| Inovasi produk | 0.660 | 1.515 | Tidak ada multikolinieritas |
| Desain produk | 0.592 | 1.689 | Tidak ada multikolinieritas |
| Kualitas produk | 0.646 | 1.548 | Tidak ada multikolinieritas |

Sumber : Data diolah 2019

Hasil di atas dapat diketahui bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model penelitian ini.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu observasi ke observasi yang lain. Perhitungan heterokedastisistas dapat dilakukan dalam banyak model, salah satunya adalah model *chart* (diagram *Scatterplot*). Hasil Uji Heteroskedastisitas tersebut dapat di tampilkan pada gambar berikut:




Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat diketahui plot residual terseber diatas dan di bawah titik 0, atau tidak membentuk pola U maupun pola U terbalik, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

**Pembahasan Hasil Penelitian**

**Pengaruh Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baikinovasi produk maka semakin meningkat keunggulam bersaing. Hasil penelitian ini mendukung penelitian John Christian (2017) bahwa inovasi produkberpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaingpada Clothing Our Bandung Style. Hal ini karena munculnya inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga inovasi produkmerupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Inovasi produk merupakan suatu hal yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing bagi para pelaku bisnis agar dapat menarik konsumen yang lebih banyak lagi. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya (Nasution, 2005). Dengan menambahkan komponen-komponen pada produk yang sudah ada dapat diartikan sebuah inovasi produk karena adanya pengembangan bada produk yang sudah ada. Munculnya inovasi produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar, sehingga inovasi produk merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif bagi

perusahaan. Inovasi produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi inovasi produk juga dapat berperan sebagai mediator yang menguatkan hubungan antara orientasi pasar dan kinerja perusahaan.

Implikasinya manajemen Woodenway di Yogyakarta sebaiknya meningkatkan indikator yang paling rendah yaitu brand Woodenway menghasilkan produk-produk yang unik,sehingga menghasilkan banyak pilihan. Perkembangan dunia fashion dan aksesoris pendukungnya saat ini sangat cepat dan selalu muncul produk – produk baru yang memiliki keunikan, kreatifitas tinggi serta mampu memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu manajemen Woodenway sebaiknya terus melakukan inovasi – inovasi produknya, dan bagian produksi memiliki tim khusus dalam pengembangan produk baru.

**Pengaruh Desain Produkterhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baikdesain produk maka semakin meningkat keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini mendukung penelitian John Christian (2017) bahwa dsain produkberpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaingpada Clothing Our Bandung Style.

Desain produk sangat dibutuhkan pada keunggulan bersaing agar menjadi semaksimal mungkin. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pelanggan.Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya.

Desain produk merupakan suatu hal yang di pertimbangan bagi para pelaku bisnisyang ditujukan untuk menarik lebih banyak konsumen. Ini berlaku terhadap produk desain produk sendiri mencerminkan karakteristik atau indentitas dari produk tersebut,bertujuan untuk menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik serta memiliki nilai jual yang tinggi. Desain produk adalahpenciptaan fitur produk oleh suatu perusahaan yang digunakan untukmenambah jenis dan variasi produk agar produk tersebut tetap diminati olehpara konsumen. Kotler dan Keller (2005) menjelaskan bahwa desain produkadalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produkberdasarkan kebutuhan pelanggan. Dengan adanya desain produk yang semenarik mungkindari suatu perushaan, maka konsumen akan melihat produk yang baru tersebut untukdikonsumsi terlebih dahulu. Semakin konsumen tertarik pada produkyang memiliki desain menarik maka konsumen akan berfikir bahwa perushaantersebut lebih unggul di bandingkan dengan pesaing dari segi produk yangmemiliki desain yang relatif.

Hasil peneliian ini bisa menjadi implikasi pengrajin sebaiknya meningkatkan indikator yang paling rendah yaitu memiliki karakteristikinya sendiri di setiap varianya. Keindahan jam tangan kayu sebaiknya memiliki corak kayu yang berbeda-beda di setiap produknya. Penggunaan bahan kayu yang berkualitas serta memiliki corak yang menarik dapat menjadi keunggulan dari sebuah produk. Material kayu yang biasa digunakan untuk membuat jam tangan adalah *sandalwood*, *maple wood*, *wallnut*, maupun *zebra wood.*

**Pengaruh Kualitas produk dengan Keunggulan Bersaing**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka semakin meningkat keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian Mohammad Ridho Syuhada (2019) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif pada keunggulan bersaing.

Suatu perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan pasar, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk atau jasanya. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang maksimal akan membuat harapan konsumen terpenuhi, sehingga dapat mempengaruhi keunggulan bersaing dari suatu perusahaan.Dengan kualitas produk yang baik maka citra dari produk atau jasa yang kita miliki akan selalu ada dalam pikiran konsumen, karena ada jaminan kepuasaan ketika membelinya.Keunggulan bersaing membutuhkan kualitas produk agar produk atau jasa yang dihasilkan menjadi lebih maksimal. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka diharapkan konsumen semakin bertambah dan tidak kehilangan konsumen yang sudah lama. Kualitas produk akan membuat harapan para konsumen terpenuhi dan hal ini mampu mempengarhi keunggulan bersaing suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini bisa menjadi implikasi pengrajin sebaiknya meningkatkan indikator yang paling rendah yaitu kemasaan produk Woodenway menjamin produk mereka ekslusif. Kualitas produk dapat diukur menggunakan hasil (*performance*), tampilan (*Features*), keahlian (*Reliability*) dan kesesuaian (*conformance*). Agar suatu produk memiliki keunggulan sebaiknya perlu diperhatikan dari proses produksi, bahan baku sampai pengemasan. Jam tangan kayu Woodenway sebaiknya dikemas menggunakan tempat khusus dengan tampilan desain menarik dan menggunakan bahan dari kayu maupun bambu.

**Pengaruh inovasi produk, desain produk dan kualitas produk terhadap Keunggulan Bersaing**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi produk, desain produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama - sama terhadap keunggulan bersaing. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rika Devi Kurniasari (2018:91) maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing”.Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2014:1) memperoleh hasil bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keunggulan bersaing.

Inovasi produk, Desain Produk, dan Kualitas Produk dapat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dari suatu perusahaan, dimana ketiga variabel tersebut merupakan faktor yang sangat penting di dalam dunia bisnis, karena variabel tersebut dapat menentukan apakah perusahaan dapat unggul atau tidak dibandingkan dengan kompetitornya. Keunggulan bersaing diharapkan bekelanjutan agar perusahaan dapat mengantisipasi dan mengatasi ancaman dari kompetitornya maupun kondisi pasar yang kurang baik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang pengaruh variabel inovasi produk, desain produk dan kualitas produkterhadap keunggulan bersaing pada produk Woodenway di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan positif inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik inovasi produk maka keunggulan bersaing semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh signifikan positif desain produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik desain produk maka keunggulan bersaing semakin meningkat

3. Terdapat pengaruh signifikan positif kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk maka keunggulan bersaing semakin meningkat.
4. Terdapat pengaruh signifikan inovasi produk, desain produk dan kualitas produk secara bersama - sama terhadap keunggulan bersaing. Hal ini berarti semakin baikinovasi produk, desain produk dan kualitas produk maka keunggulan bersaing semakin meningkat.

**SARAN**

1. Meningkatkan variabel kualitas produkWoodenway di Yogyakarta, karena terbukti paling besar pengaruhnya terhadapKeunggulan bersaing.Hendaknya indikator yang paling rendah yaitu kemasaan produk Woodenway menjamin produk mereka ekslusif. Agar suatu produk memiliki keunggulan sebaiknya perlu diperhatikan dari proses produksi, bahan baku sampai pengemasan. Jam tangan kayu Woodenway sebaiknya dikemas menggunakan tempat khusus dengan tampilan desain menarik dan menggunakan bahan dari kayu maupun bambu
2. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel yang mempengaruhi Keunggulan bersaing dan sampel penelitian pada produk yang lain, sehingga hasilnya dapat digeneralisakan untuk sampel yang lebih besar.

## DAFTAR PUSTAKA


Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:Aswaja Pressindo

Amabile, Teresa, M dkk., 1996, "*Assesing The Work Environment forCreativity",* Academy of Management Journal, 39 (5) : 1554-1184

Asshiddieqi, Fuad. (2012) "*Analisis Pengaruh harga, desain produk dan citramerek terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooz di DistroUltraa Store Semarang)*. (http://eprints.undip.ac.id/22809/ di akses April 2018).

Chase, F. R. 2005 . *Manajemen Operasi dan Rantai Pasokan.Salemba Empat*.Cooper, G.M. 2000. The Cell: A Molecular Approach. 2nd edition.

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi *Analisis Multivariate dengan ProgramSPSS. Edisi Ketujuh. Semarang* : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBMSPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang* : Badan Penerbit UniversitasDiponegoro.

Handoko, T. Hani. 1999. *Manajemen. BPFE Yogyakarta* : Yogyakarta

Harrison A and van Hoek, R., (2008), *Logistics Management and Strategy3th edition, Harlow, England* : Pearson Education

Heizer, Jay dan Render, Bary. 2004. *Manajemen Operasi. Jakarta : SalembaEmpat.*

Holweg, M. (2005), *An Investigation into Supplier Responsiveness,International Journal of Logistics Management*, 16 (1 ), pp. 96-11

Hussain, M dan Ranabhat, P. 2013. *Influence of Service and Product QualityonCustomerRetention.*(http://www.divaportal.se/smash/get/diva2:633168/FULLTEXT01.pdf di akses pada april 2018)

Juran, J.M.(1993). Quality *Planning and Analysis, 3rd Edition.Mc-Graw HillBook Inc*.

New York

Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid1. Jakarta*: Erlangga

Kotler, dan Amstrong. 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, EdisiKesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta*

Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta*: Erlangga

Kotler, Philip dan Armstrong. 2014 : *Principle Of Marketing, 15th edition. NewJersey:* Pearson Pretice Hal

Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*, PT. Indeks, JakartaLi, Suhong, Bhanu Ragu-Nathan, T.S Ragu-Nathan, Subba Rao, S. (2006).

Kurniasari,Rika Devi (2018) *Pengaruh Inovasi produk, Kreatifitas produk, dan kualitas produk pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "AKAR")*(https://eprints.uny.ac.id/55472/1/RikaDeviKurniasari_15808147028.pdf)

"*The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and*

*Organizational Performance*". Omega 34, The International Journal of ManagementScience 107-124

Mohamed Omar Jaya. 2013. *The Influence of Service Quality, Product Quality,and Promotion, toward Customer Satisfaction (Case Study Blue Bird Regular Taxi).*

Munaf, Triawan. 2018. *Retas : Bangkitnya Label Lokal Wadah KreativitasAnak Bangsa*. Vol 7

Purmama, Nursya'bani dan Setiawan, Hery. 2010. *Analisis PengaruhSumber-sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja*. JSBNo.8 Vol. 2

Porter, Michael E., (1993). *Keunggulan Bersaing – Menciptakan danMempertahankan Kinerja Unggul. Erlangga*, Jakarta

Prastyowibowo, Bagas. 1999. *Desain Produk Industri. Yayasan DelapanSepuluh*: Bandung

Rao, Purba. 1996. *Measuring consumer perception through factor analysis. TheAsianmanager*. February-march, pp 28-23

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi*(Mixed Methods).Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*Bandung : Alfabeta, CV.

Yuliana, Selly. 2014. *Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing Pada* PD. Cap Ikan Tawes Cikoneng

Yamit, Zulian. 2001, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*,Yogyakarta: Ekonosia

Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. EdisiPertama. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII.

Yamit, Zulian. 2011. *Manajemen Produksi & Operasi* (EdisiPertama).Yogyakarta: Ekonisia