

PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK EKSPOR *FASHION* MAHASISWA PROGRAM STUDI INDEPENDEN VOKASI DIGITAL EKSPOR FESYEN LACORRE

THE INFLUENCE OF INNOVATION AND PRODUCT QUALITY ON COMPETITIVE ADVANTAGE IN FASHION EXPORT PRODUCTS OF LACORRE DIGITAL VOCATIONAL FASHION EXPORT PROGRAM STUDENTS

Supriatun¹, Ni Made Ida Pratiwi²
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Correspondence		
Email: 1122000119@surel.untag-sby.ac.id, idapratiwi@untag-sby.ac.id	No. Telp:	
Submitted 23 Februari 2024	Accepted 26 Februari 2024	Published 4 Maret 2024

Abstract

The emergence of a competitive advantage in a product in its market can be realized through effective strategies, especially by creating innovations and improving product quality. The combination of creative innovation and improved product quality is expected to attract consumer attention and provide added value that distinguishes the product from competitors in the market. This study aims to determine the effect of innovation and product quality on the competitive advantage of export products of Lacorre batch 5 fashion export digital vocational independent study program students, both partially and simultaneously. The method used in this research is associative quantitative type. Meanwhile, to analyze the data obtained, Multiple Linear Regression Analysis, t test (partial), F test (simultan) and the coefficient of determination are used. The results of this study indicate that partially product quality has an effect on competitive advantage, but innovation has no effect on competitive advantage. Simultaneously innovation and product quality have an effect on competitive advantage with the influence given by the variables of innovation and product quality on competitive advantage of 90.2% while the remaining 9.8% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Innovation, Product Quality, Competitive Advantage, Exports Fashion*

Abstrak

Munculnya keunggulan bersaing pada suatu produk di pasarnya dapat diwujudkan melalui strategi yang efektif, terutama dengan menciptakan inovasi dan meningkatkan kualitas produk. Kombinasi inovasi yang kreatif dan peningkatan mutu produk diharapkan dapat menarik perhatian konsumen serta memberikan nilai tambah yang membedakan produk tersebut dari pesaing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre batch 5, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjenis kuantitatif asosiatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Linear Berganda, Uji t (Parsial), Uji F (simultan) serta Koefisien Determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, namun inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Secara simultan inovasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan pengaruh yang diberikan oleh variabel inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing sebesar 90.2% sedangkan sisanya sebesar 9.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Inovasi, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing, Ekspor Fesyen*

Pendahuluan

Menurut data yang dikumpulkan oleh BPS pada Desember 2023, dapat disimpulkan bahwa ekspor Indonesia turun 0,67% menjadi US\$22,00 miliar dibandingkan dengan bulan sebelumnya, yaitu Oktober 2023, yang mencatatkan nilai ekspor US\$22,15 miliar. Hal ini menunjukkan kelanjutan tren penurunan ekspor, khususnya jika dibandingkan dengan periode

yang sama tahun sebelumnya. Dimana secara tahunan, terjadi penurunan sebesar 8,56% dalam nilai ekspor Indonesia. Data ekspor nonmigas menunjukkan penurunan tipis secara bulanan terutama pada sektor industri pengolahan dan pertanian dimana terdapat penurunan sebesar 0,43% secara bulanan. Dibandingkan dengan bulan sebelumnya, terlihat adanya penurunan pangsa ekspor nonmigas ke Tiongkok, sementara pangsa ekspor ke ASEAN, Uni Eropa, Amerika Serikat, dan India justru mengalami peningkatan. Meskipun demikian, terdapat penurunan sebanyak 11,83% dalam total nilai ekspor Indonesia dari Januari hingga November 2023 jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya.



Gambar 1. Perkembangan Nilai Ekspor
Sumber: Data Ekspor BPS (2023)



Gambar 2. Pertumbuhan Ekspor Non Migas
Sumber: Data Ekspor BPS (2023)



Gambar 3. Pangsa Ekspor Non Migas
Sumber: Data Ekspor BPS (2023)

Penurunan kinerja ekspor Indonesia, khususnya dalam sektor non-migas mengindikasikan adanya penurunan keunggulan bersaing produk ekspor Indonesia di mata dunia. Faktor utama yang turut memengaruhi penurunan tersebut adalah rendahnya inovasi dan kualitas produk yang ditawarkan. Tanpa terobosan inovatif dan peningkatan mutu produk, daya saing produk ekspor Indonesia terancam melemah di pasar internasional. Inovasi memberikan produk keunggulan kompetitif dengan membawa perubahan positif, baik melalui fitur baru, desain yang *trendy*, hingga proses produksi yang efisien. Di sisi lain, produk yang memiliki standar kualitas tinggi tidak hanya membangun reputasi yang kuat, tetapi juga memastikan kepuasan pelanggan jangka panjang.

Dengan mengedepankan inovasi yang terus-menerus dan komitmen terhadap kualitas, sebuah produk dapat mencapai tingkat keunggulan yang membuatnya unggul di pasar, memberikan keuntungan yang berkelanjutan, dan memenangkan persaingan di ranah bisnis global. Diperkuat oleh hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Linanda (2022), di mana inovasi dan kualitas produk memberikan dampak yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Menyajikan beragam ide pengembangan produk dan memberikan perhatian terhadap kualitas produk yang ditawarkan dapat menciptakan peluang untuk bersaing di dalam pasar yang sudah ada.

PT Laccore Loka Maya, sebagai lembaga pembelajaran berorientasi digital yang berada di bawah naungan Arrbey dan bekerjasama dengan Sekolah Ekspor, turut berperan aktif dalam mendukung pelaku industri *fashion*. Dengan menyelenggarakan pelatihan vokasi Digital Ekspor Rempah dan Fesyen, PT Laccore Loka Maya berkomitmen untuk memberikan wawasan dan keterampilan kepada para pelaku industri *fashion* agar dapat memanfaatkan potensi digital dalam ekspansi produk mereka ke pasar global. Keikutsertaan PT Laccore Loka Maya sebagai mitra dalam Program Kampus Merdeka dan Program Studi Independen Bersertifikat Vokasi Digital Ekspor Fesyen Lacorre Batch 5 yang diinisiasi oleh Kemdikbud Ristek RI menunjukkan komitmen serius dalam memberdayakan generasi muda. Program ini, berlangsung dari Agustus hingga Desember 2023, bertujuan menciptakan eksportir muda baru di bidang *fashion*. Harapannya, kehadiran eksportir muda ini dapat memberikan kontribusi

positif dalam mendorong keunggulan bersaing produk ekspor Indonesia, khususnya pada sektor non-migas.

Rumusan Masalah

Dirumuskan sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre ?
3. Apakah inovasi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis,

1. Pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.
3. Pengaruh inovasi dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.

Kajian Teori

Inovasi

Inovasi adalah kunci untuk mengembangkan penawaran baru yang layak. Inovasi memiliki peran krusial dalam sektor yang ditandai oleh ketidakpastian teknologi tinggi, tingkat ketidakpastian pasar yang tinggi, persaingan ketat, investasi biaya yang tinggi, dan siklus hidup produk yang singkat. (Kotler & Keller, 2022: 423). Menurut Tjiptono (2015) dalam Almira & Sutanto (2018, 251) inovasi memegang peran kunci dalam mendukung kesuksesan perusahaan, baik itu dalam sektor jasa maupun manufaktur, di mana inovasi menghasilkan pengenalan produk baru sebagai hasilnya.. Inovasi produk dikategorikan oleh Novita (2022) dalam penelitiannya sebagai berikut :

1. Variasi jenis produk,
2. Perbaikan produksi yang telah ada,
3. Pemanfaatan alat atau teknologi baru, dan
4. Perluasan segmen pasar.

Kualitas Produk

Menurut Muchlisin (2021: 23) kualitas produk mencakup kemampuan, ketahanan, dan spesifikasi suatu produk yang membedakannya dari produk lain, menjadi nilai jual yang memenuhi harapan konsumen serta memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diinginkan. Fokus utama bagi setiap perusahaan yang ingin produknya bersaing di pasaran adalah memperhatikan kualitas produk yang dihasilkan (Agustin, 2021: 8). Saputra (2020: 40-41) mengemukakan beberapa indikator kualitas produk diantaranya :

1. Umur ekonomis pemakaian yang tahan lama,
2. Nyaman dipakai saat setiap kegiatan,
3. Produk yang berkualitas,
4. Menarik,

5. Bervariasi,
6. Memiliki keistimewaan/keindahan,
7. Ter-update,
8. Dapat menyampaikan informasi melalui gambar,
9. Dapat berbentuk realistis dan abstrak,
10. Menghasilkan warna yang menarik, dan
11. Dapat dibaca dan mudah dibaca.

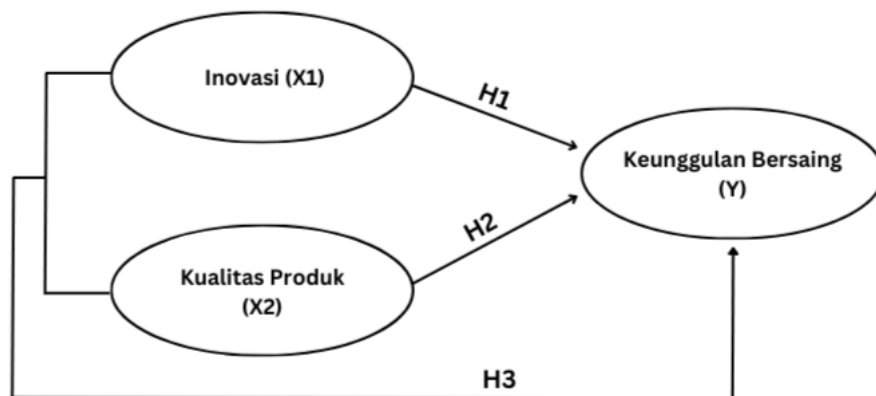
Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler & Armstrong (2004) dalam Muzakki (2020: 39) untuk mendapatkan keunggulan atas pesaing bisa dicapai dengan menyajikan nilai lebih rendah atau memberikan manfaat lebih besar meskipun dengan harga yang lebih tinggi. Keunggulan bersaing diartikan oleh Ayuningrum (2018: 22) sebagai nilai yang diperbuat oleh perusahaan untuk menonjolkan diri dalam persaingan di sektor industri yang sejenis, dengan tujuan menjadi lebih superior daripada pesaingnya. Sebuah perusahaan/organisasi bisnis harus mampu menerapkan strategi keunggulan bersaing yang sangat efektif untuk menciptakan keunggulan di pasarnya. (Linanda, 2022: 13). Adapun untuk mengetahui indikator keunggulan bersaing berdasarkan Bharadwaj *et al* (1993) dalam Muzakki (2020) ditentukan dengan memperhatikan hal-hal berikut:

1. Keunikan produk,
2. Harga Bersaing,
3. Tidak mudah dijumpai,
4. Tidak mudah ditiru, dan
5. Tidak mudah digantikan.

Kerangka Berpikir

Kerangka dasar pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini apabila digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4. Kerangka Berpikir
Sumber: Data diolah penulis, 2023

Hipotesis Penelitian

- H₁ : Inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.
- H₂ : Kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.
- H₃ : Inovasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif, yang artinya penelitian ini terstruktur dan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dan menggeneralisasi data. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan tujuan menyusun dan membangun fakta serta data guna menyelesaikan serta merinci permasalahan secara langsung. Selanjutnya jika ditinjau dari tingkat eksplanasi, penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara dua variabel atau lebih (Kurniawan, 2016: 16-20).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i yang tercatat sebagai peserta pada Program Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen Lacorre Batch 5 Tahun 2023, yaitu sebanyak 500 mahasiswa dari beragam Perguruan Tinggi se-Indonesia. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probabilitas sampling* dengan cara penarikan menggunakan *simple random sampling*. Perhitungan ukuran sampel yang digunakan diukur menggunakan Tabel Krejcie dimana dalam penelitian ini dari total 500 populasi mahasiswa akan diambil sampel sebanyak 217 mahasiswa yang didasarkan atas kesalahan 5% sehingga sampel yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan 95% terhadap populasi.

Hasil dan Pembahasan

Program Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen merupakan inisiatif pembelajaran di luar lingkungan kampus, dirancang khusus untuk mahasiswa, terutama dari berbagai Perguruan Tinggi atau Program Vokasi di seluruh Indonesia. Dengan penekanan pada pembelajaran praktis, program ini bertujuan menyiapkan mahasiswa menjadi pelaku usaha ekspor produk fesyen yang mampu memanfaatkan kemajuan teknologi digital. Mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia, terutama yang berasal dari program studi vokasi, dapat mengikuti program ini dengan persetujuan dari kampusnya, termasuk konversi SKS yang relevan. Harapannya, melalui pendekatan terpadu dalam Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen, akan terbentuk eksportir-eksportir baru Indonesia yang aktif mempromosikan produk fesyen tanah air dan memiliki keterampilan dalam mengoptimalkan bisnis digital. Pada Program Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen batch 5 di tahun 2023 ini terdapat 500 mahasiswa/i dari seluruh Perguruan Tinggi se-Indonesia yang berkesempatan mengikuti program ini. Adapun dalam penelitian pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing ini turut melibatkan 220 responden yang merupakan peserta program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre batch 5.



Gambar 5. Responden berdasarkan Kategori Produk Fashion
Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Gambar 5 diatas menunjukkan bahwa kategori produk *fashion apparel* terhitung sebanyak 45.5%, kategori produk *fashion footwear, jewelery and others* sebanyak 37.3% dan kategori produk *modest fashion* sebanyak 17.3%. Sementara itu, berdasarkan sesi kelas selama program ini berlangsung, sebanyak 52.7% responden berasal dari kelas pagi dan sisanya 47.3% berasal dari kelas malam.



Gambar 6. Responden berdasarkan Sesi Kelas
Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Hasil Penelitian

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	<i>r</i> Hitung	<i>r</i> Tabel	Keterangan
Inovasi (X1)	Indikator 1	0.920	0.361	Valid
	Indikator 2	0.905	0.361	Valid
	Indikator 3	0.935	0.361	Valid

	Indikator 4	0.828	0.361	Valid
	Indikator 5	0.792	0.361	Valid
Kualitas Produk (X2)	Indikator 1	0.946	0.361	Valid
	Indikator 2	0.946	0.361	Valid
	Indikator 3	0.528	0.361	Valid
	Indikator 4	0.875	0.361	Valid
	Indikator 5	0.832	0.361	Valid
	Indikator 6	0.876	0.361	Valid
	Indikator 7	0.845	0.361	Valid
	Indikator 8	0.714	0.361	Valid
	Indikator 9	0.946	0.361	Valid
	Indikator 10	0.920	0.361	Valid
	Indikator 11	0.889	0.361	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	Indikator 1	0.797	0.361	Valid
	Indikator 2	0.901	0.361	Valid
	Indikator 3	0.847	0.361	Valid
	Indikator 4	0.828	0.361	Valid
	Indikator 5	0.765	0.361	Valid

Sumber : SPSS 25 (data diolah penulis, 2023)

Berdasarkan data dari 30 responden yang termuat pada Tabel 1 diatas diperoleh hasil bahwa semua item instrumen penelitian yang digunakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0.361).

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

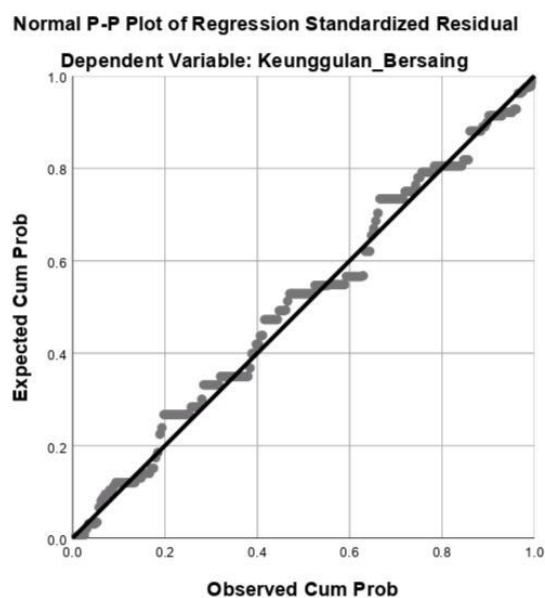
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Inovasi (X1)	0.921	0.60	<i>Reliable</i>
Kualitas Produk (X2)	0.960	0.60	<i>Reliable</i>
Keunggulan Bersaing (Y)	0.880	0.60	<i>Reliable</i>

Sumber : SPSS 25 (data diolah penulis, 2023)

Dari Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa semua elemen instrumen pada variabel penelitian menunjukkan reliabilitas yang baik, terbukti dari nilai *cronbach's alpha* yang melebihi standar reliabilitas sebesar 0.60 untuk sampel 30 responden.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Gambar 5. Hasil Uji Normalitas

Sumber: SPSS 25 (diolah peneliti, 2023)

Berdasarkan pada Gambar 5. Hasil Uji Normalitas, diatas tampak bahwa titik-titik berada disekitar garis diagonal sehingga dikatakan bahwa model regresi yang digunakan dapat memenuhi asumsi normalitas. Jadi dapat diartikan data penelitian dari variabel inovasi, kualitas produk dan keunggulan bersaing bersitribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Inovasi	.102	9.758
	Kualitas_Produk	.102	9.758

a. Dependent Variable: Keunggulan_Bersaing

Gambar 7. Hasil Uji Multikolinearitas
Sumber : SPSS 25 (diolah penulis, 2023)

Suliyanto (2011) dalam Salindeho (2018: 3353) menyatakan, ketika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model koefisien berada di bawah 10, dapat dianggap bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Dengan merujuk pada Gambar 6 hasil Uji Multikolinearitas, terlihat bahwa nilai VIF mencapai 9.758, ini menandakan bahwa semua nilai VIF berada di bawah batas 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat multikolinearitas, yaitu tidak ada korelasi yang signifikan antar variabel bebas.

3. Uji Heterokedasitas

Correlations			Unstandardized Residual
Spearman's rho	Inovasi	Correlation Coefficient	-.065
		Sig. (2-tailed)	.338
		N	220
	Kualitas_Produk	Correlation Coefficient	-.121
		Sig. (2-tailed)	.074
		N	220
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	220

Gambar 8. Hasil Uji Heterokedasitas
Sumber : SPSS 25 (diolah penulis, 2023)

Untuk mengevaluasi adanya ketidakseragaman varians dan residu dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan menggunakan uji *Rank Spearman*. Apabila nilai signifikansi (*sig. 2 tailed*) melebihi nilai 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas pada model tersebut (Dukalang, 2022: 2422). Berdasarkan Gambar 7. Hasil Uji Heterokedasitas diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi dan kualitas produk memiliki nilai signifikansi *2-tailed* masing-masing sebesar 0,338 dan 0,74, yang artinya nilai signifikansi keduanya melebihi 0,55. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini tidak menunjukkan tanda-tanda heterokedasitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.437	.511		-.854	.394
	Inovasi (X1)	.039	.071	.037	.553	.581
	Kualitas Produk (X2)	.444	.032	.915	13.814	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Gambar 9. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Sumber : SPSS 25 (diolah penulis, 2023)

Berdasarkan Gambar 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -4.37 + 0.039 X_1 + 0.444 X_2 + e$$

Persamaan regresi linear berganda diatas dapat memberikan pengertian sebagai berikut :

1. Nilai *constant* sebesar - 4.37 atau bertanda negatif memberikan pengertian bahwa apabila inovasi (X1) dan kualitas produk (X2) sama dengan nol (0), maka keunggulan bersaing mengalami penurunan sebesar - 4.37 satuan.
2. Variabel inovasi (X1) sebesar 0,039 menunjukkan bahwa jika variabel inovasi (X1) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka keunggulan bersaing (Y) akan meningkat sebesar 0,039.
3. Variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,444 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk (X2) ditingkatkan sebesar satu satuan maka, keunggulan bersaing (Y) akan meningkat sebesar 0,444.

Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-.854	.394
	Inovasi (X1)	.553	.581
	Kualitas Produk (X2)	13.814	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

Gambar 10. Hasil Uji Parsial

Sumber : SPSS 25 (diolah penulis, 2023)

Dari nilai t_{hitung} yang termuat pada Gambar 9. Hasil Uji Parsial diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai t_{hitung} inovasi (X1) sebesar 0.553 dengan probabilitas sebesar 0,581. Karena nilai probabilitas (sig) $t > 5\%$ ($0,581 > 0,05$) dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.553 <$

- 1.970) maka, secara parsial dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan inovasi (X1) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) tidak diterima.
2. Nilai t_{hitung} kualitas produk (X2) sebesar 13.814 dengan probabilitas sebesar 0,000. Karena nilai probabilitas (sig) $t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13.814 > 1.970$) maka, secara parsial dapat disimpulkan bahwa H_2 yang menyatakan bahwa kualitas produk (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) diterima.

2. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1291.324	2	645.662	1003.126	.000 ^b
	Residual	139.672	217	.644		
	Total	1430.995	219			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Inovasi (X1)

Gambar 11. Hasil Uji Simultan
Sumber : SPSS 25 (diolah penulis, 2023)

Berdasarkan Gambar 10. Hasil Uji Simultan diatas, terlihat bahwa nilai signifikansi variabel Inovasi (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($1003.126 > 3.037$). Sehingga dapat dikatakan bahwa H_3 yang menyatakan bahwa inovasi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk ekspor mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre diterima.

3. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.902	.901	.802

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Inovasi (X1)

Gambar 12. Koefisien Determinasi
Sumber : SPSS 25 (diolah penulis, 2023)

Hasil uji koefisien determinasi berdasarkan Gambar 11 diatas, diperoleh nilai R square (R^2) sebesar 0.902 hal ini berarti bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel inovasi dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing sebesar 90.2% sedangkan sisanya sebesar 9.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Ekspor Mahasiswa Program Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen Lacorre

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh dari inovasi (X1) terhadap keunggulan bersaing (Y), sehingga hasil ini berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Nurbintang & Julaeha (2023), di mana inovasi diidentifikasi sebagai faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing. Namun, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang disampaikan oleh Sherlin (2016), yang menyatakan bahwa inovasi tidak memberikan dampak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dalam penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk yang ditawarkan oleh mahasiswa peserta program studi independen vokasi digital ekspor fesyen terjadi karena mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre cenderung hanya bekerjasama dengan UMKM/pengrajin setempat untuk melakukan *rebranding* atas produk yang telah ada tersebut, sehingga produk *fashion* yang akan ke pasar luar negeri hadir tanpa adanya perbaikan produksi terhadap produk yang telah ada sebelumnya.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Ekspor Mahasiswa Program Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen Lacorre

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk (X2) dengan keunggulan bersaing (Y). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari et al., (2020), yang menyimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dihasilkan, maka semakin meningkat pula keunggulan bersaing produk yang ditawarkan. Penelitian kualitas produk dalam konteks ekspor fesyen oleh mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre berdampak dampak signifikan terhadap keunggulan bersaing disebabkan oleh kemampuan produk yang ditawarkan dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama, memberikan kenyamanan kepada pengguna, menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, serta memiliki daya tarik yang bervariasi. Produk ekspor mahasiswa ini selalu terupdate dengan penyampaian informasi melalui gambar yang realistis, menonjolkan warna yang menarik, dan mudah dikenali.

Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Ekspor Mahasiswa Program Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen Lacorre

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki dampak pengaruh secara bersama-sama terhadap terciptanya keunggulan bersaing (Y). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Linanda (2022), yang juga menegaskan bahwa inovasi dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Inovasi dan kualitas produk memainkan peran krusial dalam mencapai keunggulan bersaing ekspor fesyen oleh mahasiswa program studi independen vokasi digital Lacorre. Produk yang diciptakan oleh mahasiswa program studi independen vokasi digital Lacorre lebih unggul dibandingkan produk sejenisnya melalui keunikan yang dihasilkan. Tidak hanya itu, produk ini ditawarkan dengan harga yang tetap terjangkau, menjadikannya opsi menarik bagi konsumen. Hal ini tentu mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi dan kualitas produk, semakin besar pula keunggulan bersaing yang dimiliki oleh produk tersebut.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Inovasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk ekspor fashion mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk ekspor fashion mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.
3. Inovasi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada produk ekspor fashion mahasiswa program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.

Saran

Dari hasil penelitian ini terdapat hal-hal yang perlu diperhatikan oleh beberapa pihak agar dapat meningkatkan keunggulan bersaing dari produk ekspor fesyen yang akan ditawarkan, diantaranya

1. Bagi mahasiswa peserta program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre.
 - a. Mahasiswa peserta program studi independen vokasi digital ekspor fesyen Lacorre sebaiknya menggali inspirasi dan ide-ide kreatif untuk menciptakan produk ekspor fesyen baru dengan varian yang belum tersedia di UMKM setempat.
 - b. Dibandingkan dengan hanya melakukan *re-branding* produk, berkolaborasi dengan pengrajin lokal akan lebih memberikan sudut pandang baru dan inspirasi yang khas dari keunikan budaya setempat.
 - c. Selain menciptakan produk baru, mahasiswa dapat melakukan perbaikan pada produk fesyen yang sudah ada. Diantaranya melalui pembaruan desain, bahan/material, atau fitur tambahan sehingga produk yang telah ada dapat diangkat ke tingkat yang lebih tinggi, menciptakan nilai tambah yang menarik bagi konsumen.
 - d. Mahasiswa sebaiknya mendalami pengetahuan tentang pasar ekspor yang menjadi target ekspor produknya. Memahami tren, preferensi, dan kebutuhan konsumen di pasar ekspor akan membantu dalam mengarahkan mahasiswa menciptakan inovasi produk agar sesuai dengan ekspektasi pasar.
2. Bagi PT Lacorre Loka Maya selaku lembaga pelaksana program studi independen.
 - a. PT Laccorre Loka Maya sebaiknya menetapkan kriteria yang spesifik terkait inovasi produk *fashion* ekspor yang diinginkan. Misalnya, fokus pada keunikan desain, penggunaan bahan ramah lingkungan, atau integrasi teknologi baru. Melalui kriteria tersebut akan memberikan panduan yang jelas kepada mahasiswa dalam menciptakan produk berkualitas tinggi.
 - b. Agar mampu mendorong mahasiswa dapat berfokus pada detail produksi, pemilihan bahan yang berkualitas, dan keunggulan teknis produk merek, sebaiknya PT Laccorre Loka Maya mengimplementasikan sistem penilaian yang memberikan bobot tinggi juga pada aspek kualitas produk.
 - c. PT Lacorre Loka Maya diharapkan dapat meningkatkan proses review berkala untuk melihat kemajuan mahasiswa dalam menciptakan inovasi produk. Melalui feedback konstruktif dari tim pengajar yang lebih intensif mencakup feedback kepada seluruh produk yang dihasilkan akan dapat membantu mahasiswa untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka.

3. Bagi peneliti selanjutnya.

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam preferensi konsumen terkait produk fesyen ekspor. Mengidentifikasi variabel apa saja yang tidak diteliti dalam penelitian ini agar memberikan gambaran lebih lengkap tentang sejauh mana produk ekspor *fashion* Indonesia memiliki keunggulan bersaing dibandingkan produk sejenis lainnya dari berbagai negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya)* (Skripsi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Almira, A., & Sutanto, J. (2018). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAISON NOB. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 3(2), 250–259. Retrieved from <https://doi.org/10.37715/jp.v3i2.687>
- Ayuningrum, I. D. (2018). *Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kepuasan Pengunjung Industri Pariwisata di Kota Bojonegoro* (Skripsi, Universitas Brawijaya). Retrieved from <http://repository.ub.ac.id/162673/1/Ika%20Dwi%20Ayuningrum.pdf>
- Berita Resmi Statistik. (2023, December 15). BPS. Retrieved from <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/12/15/1972/ekspor-november-2023-mencapai-us-22-00-miliar--turun-0-67-persen-dibanding-oktober-2023-dan-impor-november-2023-senilai-us-19-59-miliar--naik-4-89-persen-dibanding-oktober-2023.html>.
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Jurnal S1 Manajemen*, 114. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/196142693.pdf>
- Kotler, P., Keller, K.L., Chernev, A. (2022) *Marketing Management*. 16th Global Edition. UK: Pearson Education.
- Kurniawan, A.W., Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta, Indonesia: PANDIVA BUKU.
- Lestari, A.I., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 56-65. Retrieved from <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/download/2451/3142>
- Linanda, O., Musnaini, M., & YUNIARTI, Y. (2023). *PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS PADA TOKO ROTI KOTA JAMBI)* (Skripsi, Universitas Jambi). Retrieved from <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/43439>
- Muchlisin, M. K. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Umsu)* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16429>
- Muzakki, M. (2020). *Pengaruh diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing dimediasi oleh inovasi produk: Studi pada industri sepatu dan alas kaki di Kota Malang* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim). Retrieved from <http://etheses.uin-malang.ac.id/17543/1/15510154.pdf>
- Novita, M. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi*

Di Kecamatan Rumbai) (Skripsi, Universitas Islam Riau). Retrieved from <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/14999>

- Nurbintang, F., & Siti Juliaha, L. (2023). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Keunggulan Bersaing pada McDonald's di Jakarta. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 195–202. Retrieved from <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.161>
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh orientasi pasar, inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UKM di jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178-188. Retrieved from <https://www.jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/ekbis/article/download/510/408>
- Saputra, R. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau). Retrieved from <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/6149>
- Sherlin, I. (2016). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Industri Kecil Dan Menengah Batik Kerinci). *Jurnal Benefita*, 1(3), 105-112. Retrieved from <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i3.724>