

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) rengginang di Desa Gelung, Kabupaten Situbondo. UMKM rengginang memiliki peranan penting dalam perekonomian lokal dengan potensi ekonomi yang cukup besar, namun menghadapi persaingan usaha yang ketat. Sampel ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan seluruh pelaku UMKM rengginang di Desa Gelung sebanyak 80 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar yang meliputi pemahaman kebutuhan pelanggan dan pengamatan persaingan, inovasi produk yang mencakup kreativitas, teknologi produksi, dan perubahan desain, serta kualitas produk yang meliputi daya tahan, kerahasiaan, dan konsistensi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun nasional melalui peningkatan orientasi pasar, inovasi produk, dan pengelolaan kualitas produk secara berkelanjutan. Dengan demikian, rengginang UMKM diharapkan dapat memperkuat kompetitif mereka dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi daerah yang posisi lebih merata.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of market orientation, product innovation, and product quality on the competitive advantage of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing rengginang in Gelung Village, Situbondo Regency. Rengginang MSMEs play an important role in the local economy with considerable economic potential but face intense business competition. The sample uses a quantitative approach involving all rengginang MSME actors in Gelung Village, totaling 80 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that market orientation, which includes understanding customer needs and observing competition; product innovation, encompassing creativity, production technology, and design changes; and product quality, which includes durability, confidentiality, and product consistency, have positive and significant effects on the competitive advantage of MSMEs. This study provides important implications for MSME actors in developing effective business strategies to improve competitiveness in both local and national markets through enhanced market orientation, product innovation, and sustainable product quality management. Thus, rengginang MSMEs are expected to strengthen their competitive position and contribute to more equitable regional economic growth.

Keywords: Market Orientation, Product Innovation, Product Quality, Competitive Advantage