



Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Konveksi Sablon Atwoistoore Mangkubumi di Kota Tasikmalaya

Ida Faridatun Nopus*, Rina Madyasari, Alfin Nurarifah, Ardhiansyah

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cipasung, Tasikmalaya

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada industri konveksi sablon Atwoistoore Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi sebesar 74,0% menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi produk dan kualitas produk menjadi strategi penting dalam memperkuat daya saing industri konveksi.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk, Keunggulan Bersaing, Konveksi, UMKM

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emba.v6i1.4178>

*Correspondence: Ida Faridatun Nopus

Email: idadfaridatul44@gmail.com

Received: 13-04-2026

Accepted: 13-05-2026

Published: 13-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors.
Submitted for open access publication
under the terms and conditions of the
Creative Commons Attribution (CC BY)
license.

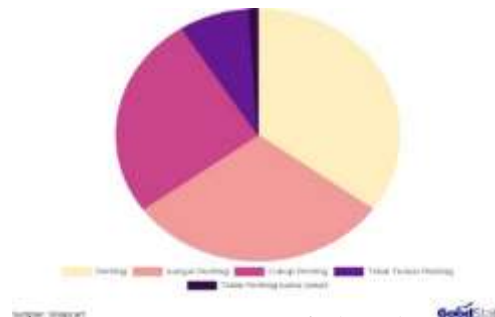
Abstract: This study aims to analyze the effect of product innovation and product quality on competitive advantage in the screen printing garment industry at Atwoistoore Mangkubumi, Tasikmalaya City. The method used is quantitative with a causal associative approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS. The results show that product innovation and product quality have a positive and significant effect on competitive advantage, both partially and simultaneously. The coefficient of determination value of 74.0% indicates that competitive advantage is influenced by these two variables, while the remaining percentage is affected by other factors outside the scope of this study. These findings indicate that improving product innovation and product quality is an important strategy to strengthen the competitiveness of the convection industry.

Keywords: product innovation, product quality, competitive advantage, convection, MSMEs

Pendahuluan

Industri konveksi sablon di Indonesia, khususnya di Kota Tasikmalaya, berkembang pesat seiring meningkatnya tren fashion dan kebutuhan produk custom, sehingga menjadi sektor penting dalam mendukung perekonomian dan penciptaan lapangan kerja. UMKM konveksi juga memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia, dengan permintaan yang terus meningkat terutama pada produk fashion muslim/modest dan custom design, sehingga turut mendorong meningkatnya persaingan usaha.

Berdasarkan data Bank Indonesia, sektor industri tekstil dan pakaian jadi pada triwulan I tahun 2024 menunjukkan kinerja positif dengan indeks PMI-BI sebesar 57,40 persen yang menandakan fase ekspansi. Data Kementerian Perindustrian tahun 2013 mencatat sekitar ±1.535 usaha konveksi di Indonesia, yang menunjukkan bahwa industri ini telah berkembang luas termasuk di Kota Tasikmalaya. Oleh karena itu, diperlukan penguatan keunggulan bersaing pada industri konveksi sablon.



Gambar 1. Data Pentingnya fashion bagi masyarakat
 Sumber: GoodStas (2025)

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa fashion masih menjadi aspek yang diperhatikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia sehari-hari. Tingginya minat terhadap tren berpakaian turut mendorong perkembangan industri fashion yang semakin pesat. Di Kota Tasikmalaya, berbagai toko pakaian menawarkan produk kaos dengan desain dan nilai estetika yang beragam sehingga menarik minat konsumen. Perkembangan industri fashion juga terlihat dari hadirnya berbagai produk dan merek, baik lokal maupun internasional, yang kemudian menjadi bagian dari persaingan industri konveksi, termasuk bagi Atwoistoore.

Tabel 1. Data Pesaing Konveksi di Tasikmalaya

Nama Konveksi	Produk Utama
Corner	Kaos Sablon + Polos
Rdh	Konveksi
Cardela	Sablon
Rajawali Digital Printing	Digital Printing
Tamfaris Clothing	Sablon
Ipestore	Sablon

Sumber : Di Olah 2026

Berdasarkan Tabel 1, terdapat beberapa industri konveksi yang menjadi pesaing di Kota Tasikmalaya. Hal ini menunjukkan bahwa industri konveksi cukup diminati sebagai bidang usaha. Usaha konveksi sablon diperkirakan akan menghadapi tingkat persaingan yang semakin tinggi seiring meningkatnya jumlah pelaku usaha di sektor ini.

Menurut data Kementerian Perindustrian, sektor industri tekstil dan pakaian jadi mengalami pertumbuhan rata-rata sebesar 5,39% per tahun pada periode 2024–2025. Pada tahun 2024, sektor pakaian jadi bahkan meningkat hingga 5,78%. Selain itu, nilai investasi pada sektor ini juga mengalami peningkatan signifikan dari Rp4,53 triliun pada tahun 2023 menjadi Rp10,20 triliun pada tahun 2024 atau naik sekitar 124,9%.

Pusat konveksi di Tasikmalaya dikenal terus berkembang karena pakaian merupakan kebutuhan pokok. Dengan jumlah 163 konveksi di Tasikmalaya dan pertumbuhan industri sekitar $\pm 5\%$ per tahun, maka setiap tahun diperkirakan muncul sekitar 8–10 konveksi baru.

Perubahan perilaku konsumen menjadi hal yang penting untuk diperhatikan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, penerapan inovasi diperlukan agar bisnis mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar. Namun, tingginya persaingan dalam industri konveksi serta kemudahan produksi belum sepenuhnya diimbangi dengan kualitas produk yang sesuai harapan konsumen. Pada kenyataannya, masih terdapat pelanggan yang merasa kurang puas terhadap produk yang diterima.



Gambar 3. Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Produk

Pada Gambar 3 ditampilkan salah satu tanggapan konsumen dari media sosial terkait pengalaman penggunaan produk konveksi Atwoistore. Tanggapan tersebut menunjukkan adanya keluhan atau ketidakpuasan terhadap kualitas produk yang diterima.

Hal ini mengidentifikasi bahwa meskipun permintaan produk cukup tinggi, masih terdapat permasalahan pada aspek kualitas yang dirasakan pelanggan. Kondisi ini penting untuk diperhatikan karena dapat memengaruhi kepercayaan konsumen serta mendorong perlunya peningkatan kualitas dan inovasi guna menciptakan keunggulan bersaing.

Menurut Robert dalam Andrea Novita et al. (2024), keunggulan bersaing terjadi ketika dua atau lebih perusahaan bersaing pada pasar dan pelanggan yang sama, dimana keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai lebih pada produk yang dimiliki sehingga produk tersebut memiliki manfaat dan kualitas yang lebih baik dibandingkan produk pesaing.

Persaingan dalam dunia usaha merupakan hal yang tidak dapat dihindari, termasuk pada sektor UMKM, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi

dan mengembangkan strategi yang tepat agar tetap bertahan di tengah kompetisi yang semakin ketat. ([Pasar, 2024](#))

Terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi terciptanya keunggulan bersaing, salah satunya melalui pengembangan inovasi produk. Hal ini diperkuat oleh ([Saeed et al., 2024](#)) yang menyatakan bahwa inovasi produk menjadi faktor kunci dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing, karena perusahaan dapat membedakan diri dari pesaing melalui pengembangan produk baru serta peningkatan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Menurut Crawford dalam Ramadhana dan Purnama (2024), inovasi produk merupakan penerapan pembaruan pada berbagai aktivitas perusahaan, terutama dalam proses pengembangan hingga pemasaran produk baru. Inovasi produk tidak hanya dipahami sebagai munculnya ide atau penemuan baru, tetapi juga sebagai hasil dari keterpaduan berbagai proses dalam kegiatan bisnis.

Inovasi tidak selalu berarti menciptakan sesuatu yang sepenuhnya baru, melainkan juga dapat dilakukan melalui pembaruan model maupun konsep bisnis agar perusahaan mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Penyesuaian tersebut memungkinkan perusahaan menghasilkan produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dalam kondisi persaingan yang semakin terbuka, inovasi menjadi faktor penting untuk mempertahankan eksistensi sekaligus mengembangkan usaha. Inovasi produk merupakan proses menciptakan dan mengembangkan barang atau jasa yang memiliki pembaruan dibandingkan produk sebelumnya, terutama dalam meningkatkan mutu serta memperbaiki kelemahan produk terdahulu. Semakin tinggi tingkat inovasi, semakin besar peluang perusahaan menghasilkan produk berkualitas dan memiliki daya saing yang kuat ([Lestari dalam Andrea Novita et al., 2024](#)).

Selain inovasi produk, kualitas produk juga menjadi unsur penting dalam menciptakan keunggulan bersaing perusahaan. Kualitas produk perlu dijaga agar konsumen memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi. Kualitas tidak hanya berkaitan dengan produk itu sendiri, tetapi juga mencakup pelayanan, sumber daya manusia, proses operasional, serta lingkungan pendukung lainnya.

Pada umumnya, konsumen akan membandingkan mutu suatu produk dengan produk sejenis sebelum menentukan pilihan. Apabila produk mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, maka konsumen cenderung memberikan rekomendasi kepada orang lain yang pada akhirnya berdampak positif bagi perusahaan.

Hasil penelitian ([Muharam et al., 2024](#)) menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, inovasi dan kualitas produk juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, baik secara parsial maupun simultan ([Novitasari et al., 2021](#)) Oleh karena itu, kedua faktor tersebut menjadi aspek penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada Konveksi Atwoistore.

Dengan semakin banyaknya pelaku usaha di bidang konveksi, khususnya sablon, serta beragamnya penawaran produk dan jasa, persaingan bisnis menjadi semakin ketat.

Kondisi ini menuntut perusahaan untuk mampu beradaptasi agar dapat mempertahankan maupun meningkatkan keunggulan di pasar. Konsumen cenderung akan memilih perusahaan yang mampu menghasilkan produk dengan kualitas yang baik dan minim kesalahan.

Konveksi Atwoistoore berupaya mengatasi permasalahan tersebut dengan memberikan kompensasi berupa penggantian produk baru apabila terjadi cacat produksi. Kualitas produk sendiri dapat diukur melalui berbagai aspek sesuai fungsi dan kegunaannya, seperti tingkat keandalan, kenyamanan, keunikan, daya tahan, serta tampilan fisik yang meliputi warna, bentuk, dan kemasan.

Konveksi Atwoistoore didirikan pada bulan Juni 2024 dan bergerak di bidang produksi kaos sablon, baik barang jadi maupun custom. Dalam beberapa bulan terakhir, permintaan dari pelanggan mengalami peningkatan, baik dari individu maupun kelompok. Hal ini menunjukkan bahwa minat pasar terhadap produk konveksi masih cukup tinggi, terutama di kalangan remaja, dengan banyaknya permintaan desain sesuai keinginan konsumen.



Gambar 4. Data penjualan konveksi sablon Atwoistoore

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2026

Pada Gambar 4 disajikan data penjualan konveksi sablon Atwoistoore dari tahun 2024 hingga 2026. Konveksi Atwoistoore berlokasi di Mangkubumi Kota Tasikmalaya dan dikelola oleh 3 orang mahasiswa dengan memanfaatkan rumah sebagai tempat produksi.

Data menunjukkan bahwa penjualan mengalami peningkatan signifikan, khususnya pada Oktober 2024 hingga Januari 2025 yang mencapai 210 pcs. Namun, peningkatan penjualan tersebut tidak diikuti dengan peningkatan omset. Hal ini disebabkan oleh banyaknya produk reject akibat kualitas yang belum sesuai dengan keinginan konsumen, sehingga perusahaan harus mengganti produk tanpa biaya tambahan.

Permasalahan utama yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan kualitas dan inovasi produk. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas produk, sementara kompetitor terus melakukan perbaikan. Inovasi produk dapat dilakukan melalui penambahan varian seperti PDH atau rompi, sedangkan kualitas produk dapat dilihat dari ketahanan kain, ketahanan sablon, kebersihan, serta ketahanan warna.

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, penelitian sebelumnya berfokus pada

penelitian coffe shop, kosmetik dan industry kreatif masih kurang dalam meneliti industry konveksi sablon kajian yang secara spesifik membahas penerapannya pada usaha konveksi skala UMKM lokal seperti Atwoistoore masih terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana inovasi produk dan kualitas produk dapat meningkatkan keunggulan bersaing, khususnya pada Konveksi Atwoistoore di Kota Tasikmalaya.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal untuk mengkaji pengaruh inovasi produk (X_1) serta kualitas produk (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y) pada industri konveksi sablon Atwoistoore Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian diarahkan pada pengujian keterkaitan antarvariabel melalui data berbentuk angka yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode statistik sehingga hasil penelitian dapat dijelaskan secara logis, objektif, serta dapat diberlakukan secara umum (Sugiyono, 2019). Pendekatan asosiatif kausal digunakan untuk mengetahui adanya hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode survei dengan media kuesioner yang disebarakan kepada responden. Survei juga diartikan sebagai proses pengumpulan data secara sistematis melalui pemberian pertanyaan kepada responden guna memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Masrukhin, 2017). Populasi penelitian terdiri atas seluruh konsumen Atwoistoore. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu, meliputi konsumen yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali, memahami inovasi dan kualitas produk Atwoistoore, berusia sekurang-kurangnya 17 tahun, pernah melakukan pembelian dalam kurun waktu satu tahun terakhir, serta bersedia menjadi responden penelitian (Sugiyono, 2013). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh total responden sebanyak 100 orang (Sugiyono, 2019).

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima kategori penilaian. Pengukuran variabel inovasi produk dilakukan melalui indikator perubahan desain, pengembangan produk, pembentukan lini produk baru, dan penyempurnaan produk. Variabel kualitas produk diukur berdasarkan tampilan produk, kesesuaian produk, tingkat keandalan, serta daya tahan produk. Sementara itu, variabel keunggulan bersaing diukur melalui indikator keunikan produk, harga yang kompetitif, produk yang tidak mudah tergantikan, serta daya tarik produk.

Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS melalui analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F) dalam rangka menguji hipotesis penelitian (Syamsuddin et al., 2022). Sebelum proses pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu dilaksanakan uji instrumen berupa uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, linearitas,

multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi guna memastikan data memenuhi syarat untuk digunakan dalam analisis regresi ([Purnomo, 2016](#)).

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha konveksi sablon Atwoistoore yang bergerak dalam bidang produksi pakaian custom dan jasa sablon di Kota Tasikmalaya. Dalam menghadapi persaingan industri yang semakin kompetitif, perusahaan berupaya mempertahankan posisinya melalui pengembangan inovasi produk serta peningkatan kualitas produk agar mampu menyesuaikan kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah. Persaingan antarusaha konveksi yang semakin banyak membuat perusahaan dituntut menghasilkan produk yang memiliki ciri khas dan nilai lebih dibandingkan kompetitor.

Berdasarkan data penjualan periode 2024–2025, diketahui bahwa omzet perusahaan mengalami penurunan. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan daya saing usaha di tengah meningkatnya jumlah pelaku usaha konveksi dengan produk sejenis. Oleh sebab itu, inovasi produk dan kualitas produk menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan guna menjaga keberlangsungan dan keunggulan usaha.

Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memenuhi syarat validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,828	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,822	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,822	Reliabel

Nilai reliabilitas pada setiap variabel menunjukkan angka di atas 0,60 sehingga instrumen penelitian dinilai memiliki konsistensi yang baik dan dapat digunakan untuk analisis penelitian lebih lanjut.

Hasil penelitian ini selaras dengan konsep keunggulan bersaing yang dikemukakan oleh Michael Porter, bahwa perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi produk dan pemberian nilai tambah kepada konsumen. Dalam penelitian ini, bentuk diferensiasi tersebut terlihat dari upaya usaha konveksi sablon Atwoistoore dalam mengembangkan desain produk serta meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Temuan penelitian ini turut memperkuat hasil penelitian terdahulu, di antaranya penelitian Duha & Siagian, (2023), serta Novita et al., (2024) yang menyatakan bahwa inovasi produk memiliki kontribusi penting terhadap peningkatan keunggulan bersaing perusahaan. Selain itu, penelitian Agustina & Ali, (2025), Ramadhan & Purnama, (2024), serta Syofia et al., (2024) juga menjelaskan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing perusahaan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri konveksi sablon Atwoistoore. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Variabel	t hitung	Sig.
Kualitas Produk (X2)	3,903	0,000

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 3,903. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

Produk yang memiliki kualitas baik mampu meningkatkan tingkat kepercayaan serta kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Pada umumnya, konsumen lebih memilih produk dengan bahan yang nyaman digunakan, kualitas sablon yang rapi, desain yang sesuai kebutuhan, serta daya tahan produk yang baik. Oleh karena itu, semakin baik kualitas produk yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing di pasar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agustina & Ali, (2025) yang menjelaskan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing perusahaan. Penelitian Ramadhan & Purnama, (2024) juga menyebutkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu unsur penting dalam meningkatkan daya saing produk di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Selain itu, penelitian Syofia et al., (2024) dan Nurussakinah et al., (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada berbagai jenis usaha.

Temuan penelitian ini semakin memperkuat bahwa kualitas produk merupakan strategi penting bagi perusahaan dalam mempertahankan konsumen sekaligus menciptakan nilai tambah dibandingkan pesaing. Dengan demikian, perusahaan perlu memperhatikan mutu bahan baku, kualitas hasil produksi, serta ketepatan desain produk agar loyalitas konsumen tetap terpelihara.

Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa inovasi produk dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri konveksi sablon Atwoistoore.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig.
Inovasi Produk (X1)	0,517	5,317	0,000
Kualitas Produk (X2)	0,373	3,903	0,000

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,405 + 0,517X_1 + 0,373X_2$$

Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa variabel inovasi produk memiliki kontribusi yang lebih dominan dalam meningkatkan keunggulan bersaing dibandingkan kualitas produk. Setiap kenaikan pada inovasi produk mampu meningkatkan keunggulan

bersaing sebesar 0,517, sedangkan kualitas produk memberikan peningkatan sebesar 0,373 terhadap keunggulan bersaing perusahaan.

Tabel 5. Hasil Uji F

Model	F hitung	Sig.
Regression	138,213	0,000

Hasil pengujian simultan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Kondisi tersebut membuktikan bahwa inovasi produk dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
0,740	0,735

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,740 menunjukkan bahwa sebesar 74,0% Variabel keunggulan bersaing dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh inovasi produk dan kualitas produk, sedangkan sebesar 26,0% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk keunggulan bersaing perusahaan. Inovasi tersebut dapat diwujudkan melalui penciptaan model pakaian baru, pengembangan variasi desain, penyesuaian produk mengikuti tren konsumen, serta peningkatan kreativitas dalam proses produksi. Adanya pembaruan pada produk membuat perusahaan memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dari para pesaing.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Duha & Siagian, (2023), serta Novita et al., (2024) yang menyatakan bahwa inovasi produk memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan keunggulan bersaing perusahaan. Penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa perusahaan yang mampu menciptakan produk inovatif cenderung lebih mudah menarik minat konsumen dan mempertahankan keberadaannya di pasar.

Selain itu, kombinasi antara inovasi produk dan kualitas produk menjadi strategi yang penting dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkesinambungan. Pada industri konveksi dengan tingkat persaingan yang semakin ketat serta perubahan tren fashion yang berlangsung cepat, perusahaan dituntut untuk mampu menghasilkan produk berkualitas sekaligus menawarkan desain yang menarik dan sesuai kebutuhan konsumen.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung teori keunggulan bersaing yang dikemukakan oleh Michael Porter, yaitu bahwa perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif melalui diferensiasi produk dan peningkatan nilai bagi pelanggan. Oleh karena itu, Atwoistoore perlu terus mengembangkan inovasi produk dan menjaga kualitas hasil produksinya agar tetap mampu bersaing serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan industri konveksi yang semakin kompetitif.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, inovasi produk dan kualitas produk terbukti memiliki peranan penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing pada industri konveksi sablon Atwoistoore Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, yang menunjukkan bahwa kemampuan

perusahaan dalam menciptakan desain inovatif, mengembangkan produk, serta menyesuaikan dengan kebutuhan pasar dapat memperkuat daya saing di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Selain itu, kualitas produk juga memberikan pengaruh positif dan signifikan, di mana penggunaan bahan berkualitas, hasil sablon yang rapi, serta daya tahan produk mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Secara simultan, inovasi dan kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 74,0% terhadap keunggulan bersaing, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu secara konsisten mengintegrasikan inovasi dan menjaga kualitas produk sebagai strategi utama dalam memenangkan persaingan pasar. Oleh karena itu, disarankan agar Atwoistoore terus meningkatkan kreativitas dalam inovasi produk serta mempertahankan standar kualitas yang tinggi, sedangkan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, dan pelayanan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing.

Referensi

- Abubakar, Rifa'i. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Agustina, P., & Ali, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 3(2), 100–107. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2.329>
- Anisa, B. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Buku Ajar, Jurusan Keguruan, Universitas Negeri Gunung Kidul (UNUGIRI).
- Bersaing, K., Kecantikan, K., Beauty, H., Syofia, K., Febriansyah, R. E., & Oetarjo, M. (n.d.). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing. 492–503.
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *ECO-Buss*, 6(1), 166–178. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.673>
- Fadhilah, M., & Purnama, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Desain Produk terhadap Keunggulan Bersaing Produk Parfum Merek Lokal HMNS: Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Bogor, 2(6), 154–166.
- Fauziah, R. D., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Fokus Manajemen*, 2(1), 99–104.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Masrukhin. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Mibarda Publishing.
- Muharam, Y., Sutrina, A., & Arisman, A. (2024). The Influence of Product Innovation and E-Commerce on Competitive Advantage (Survey on Consumers of Compass Shoe Products) / Pengaruh Inovasi Produk dan E-Commerce Terhadap Keunggulan Bersaing (Survei pada Konsumen Produk Sepatu Compass), 4(1), 1–8.
- Novita, A., Mukhsin, M., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Coffee Shop di Kota Serang Banten. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(1), 56. <https://doi.org/10.35448/jte.v19i1.26424>
- Novitasari, D., Muniroh, L., Eldine, A., Fakultas Ekonomi dan Bisnis, & Ibn, U. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing, 4(2), 194–201.
- Nursyamsi, J., Sukirman, E., Makmun, & Utomo, J. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing. *JEKMA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 76–85. <https://journal.admi.or.id/index.php/JEKMA/article/view/1443>
- Nurussakinah, F., Supriyanto, A., & Faidah, A. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Sasirangan di Wilayah Kota Banjarmasin). *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1), 39–54.
- Pasar, O. (2024). Improving SMEs Marketing Performance through Market Orientation, Product Innovation, and Competitive Advantage in Bali-Indonesia, 20(2), 273–286.
- Pasaribu, S. B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Ramadhanitya, S., & Ali, H. (2025). Pengaruh Analisis Lingkungan Formulasi, Implementasi dan Strategi terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 3(1), 11–20. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i1.1727>
- Saeed, S. A., Mohammed, H. O., Muhamed, R. A., & Othman, R. F. (2024). The Importance of Product Innovation in Maintaining a Competitive Advantage / Pomen Inovacij Izdelkov Pri Ohranjanju Konkurenčne Prednosti, 1–15. <https://doi.org/10.32015/JIBM.2024.16.2.4>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumbodo, Y. P., Marzuki, Yudhantara, S. M., & Widiastuti. (2024). *Metode Penelitian: Panduan Lengkap untuk Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.

Syamsuddin, N., Dewantara, R., Maryati, D., Sitanggang, M., Sinaga, H., Maladin, S., & Dahliani, L. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sanabil.

Syofia, K., Febriansyah, R. E., & Oetarjo, M. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 14(4), 492–503.