

ANALYSIS OF DISTINCTIVE CAPABILITY IN IMPROVING BUSINESS PERFORMANCE THROUGH THE ROLE OF COMPETITIVE ADVANTAGE IN FURNITURE MSMEs

ANALISIS *DISTINCTIVE CAPABILITY* DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS MELALUI PERAN KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM FURNITURE

Lisda^{1*}, Asep M Ramdan², Sopyan Saori³
Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

lisda109@ummi.ac.id¹, amr37ramdan@ummi.ac.id², sopyansaori@ummi.ac.id³

ABSTRACT

Furniture MSMEs are one of the leading sectors in Indonesia that has great potential. However, currently the contribution made to the economy in Indonesia is decreasing. One of the factors causing this problem is caused by a decrease in performance. The purpose of this study is to determine the effect of distinctive capability in improving business performance through the role of competitive advantage. The research method uses a quantitative approach. The population in this study, namely Furniture MSMEs in the Regency, amounted to 100 MSMEs with a sample frame using cluster sampling and stratified random sampling techniques. Inferential techniques using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Based on the results of the study, it shows that there is a positive and significant influence between distinctive capability on competitive advantage. Competitive advantage positively and significantly affects business performance, and competitive advantage partially mediates the relationship between distinctive capability and business performance positively and significantly.

Keywords: *Distinctive Capability, Business Performance, Competitive Advantage*

ABSTRAK

UMKM *Furniture* menjadi salah satu sektor unggulan di Indonesia yang memiliki potensi besar. Namun, saat ini kontribusi yang diberikan terhadap perekonomian di Indonesia tengah mengalami penurunan. Salah satu faktor penyebab permasalahan tersebut yaitu disebabkan oleh penurunan kinerja. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *distinctive capability* dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui peran keunggulan bersaing. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu UMKM *Furniture* di Kabupaten berjumlah 100 UMKM dengan kerangka sampel menggunakan teknik *cluster sampling* dan *stratified random sampling*. Teknik inferensial menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *distinctive capability* terhadap keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja bisnis, Dan keunggulan bersaing memediasi secara parsial hubungan antara *distinctive capability* terhadap kinerja bisnis secara positif dan signifikan.

Kata Kunci: *Distinctive Capability, Kinerja Bisnis, Keunggulan Bersaing*

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional secara berkelanjutan berlandaskan kemampuan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan menjadi salah satu usaha dalam meningkatkan kualitas manusia serta masyarakat Indonesia (Tarigan, 2022). Peran masyarakat dalam pembangunan nasional terutama dalam pembangunan ekonomi yakni melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Hidayat,

Lesmana, & Latifah, 2022). UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia (Nasution & Silalahi, 2022). Melalui potensinya, UMKM menjadi sumber lapangan kerja bagi tenaga kerja produktif terutama bagi mayoritas masyarakat yang berada di ruang lingkup pekerja dengan tingkat pendidikan rendah (Novitasari, 2022).

Penelitian mengenai kinerja UMKM telah banyak dilakukan secara

luas diberbagai sektor seperti makanan, *fashion* dan kerajinan tangan. Sebagaimana pada sektor makanan yang dilakukan oleh (Kurniawan et al., 2022), (Komariah et al., 2022), (Fanani et al., 2021), dan (Yuliana et al., 2022). Pada sektor *fashion* oleh (Ludiya et al., 2020), (Lorensa et al., 2022), (Auliandari et al., 2022), dan (Ferdiansyah, 2021). Serta pada kerajinan tangan yang dilakukan oleh (Soliha, 2020), (Putri, 2022), dan (Wahyuningrum et al., 2022). Namun fokus pada UMKM di sektor *furniture* masih relatif minim. UMKM pada sektor *furniture* menjadi salah satu industri yang memiliki potensi besar dan menjadi sektor unggulan di Indonesia (Kurniawati & Yanti, 2018). Pada tahun 2022 saja jumlah industri *furniture* pada saat itu 2022 mencapai 148.627 unit (Katadata.com). Indonesia memiliki Sumber Daya Alam (SDA) yang beragam dan Sumber Daya Manusia (SDM) yang melimpah sebagai sumber ide kreatif, keragaman suku dan budaya sebagai sumber terciptanya keunikan (kekhasan) produk, serta terbukanya pasar yang luas dan besarnya dukungan dari pemerintah menjadi faktor pendukung dalam tumbuh kembangnya industri *furniture* (Gunadi, 2021).

Daya saing global industri *furniture* terletak pada sumber bahan baku alami dengan keragaman corak dan motif khas lokal menghasilkan produk bernilai tinggi yang mampu menyerap tenaga kerja juga sebagai penghasil devisa negara (Wachadah, Izza, & Yasin, 2023). UMKM pada sektor *furniture* memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun kondisi saat ini, kontribusi industri *furniture* terhadap Produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) dari industri *furniture* sedang mengalami penurunan. Pada kuartal II/2023 PDB yang diberikan oleh

industri *furniture* sebesar Rp.6,96 triliun, dan nilai tersebut turun sebesar 2,69% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya yakni sebesar Rp.7,15 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja industri *furniture* saat ini tengah mengalami penurunan dan sedang tidak baik baik saja. Penurunan ini masih menjadi tren kontraksi sejak kuartal II/2022 (BPS, 2023). Salah satu faktor penyebab penurunan kinerja tersebut yaitu melemahnya pasar global (BPS, 2023). Namun terdapat beberapa hal yang mempengaruhi pasar *furniture* saat ini, seperti tren belanja *online*, penggunaan teknologi berbasis industri 4.0, meningkatnya permintaan akan *furniture* ramah lingkungan serta meningkatnya kebutuhan *furniture* fungsional, desain ergonomis, dan *customized*.

Perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnis seperti UMKM menjadikan kinerja bisnis sebagai standar penting untuk menilai capaian dalam usahanya (Aprilianti, Surtiani, & Johan, 2023). Kinerja bisnis berfungsi sebagai faktor penentu agar bisnis tetap berjalan dan berperan sebagai dasar dalam merumuskan perencanaan operasional agar mencapai kesuksesan dan juga keberlangsungan. Dalam ruang lingkup UMKM, kinerja sebagai hasil dari proses kegiatan yang didasarnya. Apabila tercapainya target kinerja bisnis, maka tercapai pula tujuan dari UMKM tersebut (Aprilianti et al., 2023). Maka dari itu, penting sekali bagi UMKM terutama sektor *furniture* dalam memperhatikan kinerja bisnisnya agar dapat bersaing secara efektif, memenuhi kebutuhan pasar, dan mencapai pertumbuhan berkelanjutan. Kemampuan UMKM dalam meningkatkan kinerja dapat dicapai apabila sumber daya yang dimiliki dapat diandalkan di lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Sumber daya

manusia yang memiliki kemampuan khas atau unggul untuk menjadi faktor pembeda (*distinction*) dalam persaingan melalui kemampuan dalam menerapkan pengetahuan dalam perusahaan (Natalia & Sudiantini, 2023).

Kemampuan khas yang dapat dimanfaatkan dengan baik akan sulit ditiru oleh pesaingnya yang dapat menjadikan hal tersebut sebagai sumber kemampuan untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggannya dan memastikan bahwa kinerja yang telah dihasilkan lebih unggul (Arraya, 2022). Kapabilitas khas atau *distinctive capability* menunjukkan bahwa suatu organisasi dapat lebih baik daripada kompetitornya (Simamora, 2023). Kapabilitas khas merujuk pada penggunaan sumber daya yang dimiliki harus dimanfaatkan secara optimum yang dapat membangun keunggulan bersaing (Natalia & Sudiantini, 2023). Keunggulan bersaing sebagai jantung kinerja perusahaan dalam pasar yang bersaing (Afiyati et al., 2019).

Keberhasilan maupun kegagalan dalam berbisnis tergantung pada keunggulan bersaingnya (Feranita & Setiawan, 2018). Keunggulan bersaing dapat diartikan sebagai aktivitas spesifik atau strategi yang dikembangkan oleh suatu perusahaan agar lebih unggul dibandingkan pesaingnya (Siswati & Alfiansyah, 2020).

Kajian literatur yang membahas tentang hubungan antara *distinctive capability* dan kinerja bisnis, menunjukkan terdapat perbedaan mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti yang menyebutkan bahwa *distinctive capability* memiliki pengaruh positif dan sebagian mengatakan negatif. Menurut (Sembiring, 2020) mengatakan bahwa *distinctive capability* dapat meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan

oleh (Tanurahrjo, 2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa *distinctive capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun terdapat kesenjangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Gunarto et al., 2021) menunjukkan bahwa *distinctive capability* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, namun memiliki pengaruh yang lebih besar apabila di mediasi oleh variabel lain. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh (Arraya, 2022) bahwa *distinctive capability* tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja bisnis. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mengenai hasil penelitian riset-riset terlebih dahulu.

Penelitian ini mengusulkan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi dikarenakan terdapat beberapa penelitian menunjukkan perbedaan hasil penelitian menurut beberapa ahli diatas. Menurut (Ciptagustia, 2019) pada Industri *Furniture* Rotan menunjukkan bahwa *distinctive capability* secara positif dan signifikan berpengaruh pada keunggulan bersaing. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nurhasanah, Sunarya, & Ramdan, 2022) menunjukkan bahwa *distinctive capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Makanan Tradisional Sukabumi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri, Desmiyawati, & Hariadi, 2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Hal ini didukung oleh penelitian (Afiyati, Murni, & Hariadi, 2019) bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur peran keunggulan bersaing dalam memediasi

hubungan antara *distinctive capability* dengan kinerja bisnis.

Distinctive Capability

Menurut (Ramdan, Rahayu, Wibowo, & Dirgantari, 2021) mendefinisikan *distinctive capability* atau kapabilitas khas merupakan kapabilitas berharga yang mampu mengolah dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki menjadi sumber daya baru dengan keunikan dalam organisasi yang mempunyai nilai, langka, tidak dapat ditiru dan tidak dapat digantikan oleh organisasi lain.

Kapabilitas khas atau *distinctive capability* merupakan pemanfaatan kemampuan sumber daya yang optimal yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan dengan tujuan menghasilkan kompetensi yang dapat membangun keunggulan bersaing. Tanpa adanya kapabilitas sumber daya yang dimiliki nilai sumber daya tersebut bernilai lebih rendah (Natalia & Sudiantini, 2023).

Menurut (Arraya, 2022), “A *distinctive capability refers to an operational or dynamic capability with a superior attribute, strength or quality that differentiates a firm from its competitors, and determines how efficiently and effectively the firm creates stakeholder value*” atau kapabilitas khas mengacu pada kemampuan operasional atau dinamis dengan karakteristik, kekuatan atau kualitas unggul yang membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya dengan menentukan seberapa efisien dan efektif perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan.

Dapat disimpulkan bahwa *distinctive capability* merupakan kemampuan UMKM dalam mengembangkan sumber daya yang dimiliki menjadi sumber daya baru yang memiliki nilai unggul dan perbedaan sehingga tidak dengan mudah ditiru oleh

pesaingnya. Adapun dimensi yang menjadi alat ukur dari variabel *distinctive capability* menurut (Ciptagustia, 2019) antara lain arsitektur, reputasi, inovasi. Sedangkan menurut (Tanurahrjo, 2021) dimensi dari *distinctive capability*, yaitu *physical assets*, *intangible assets*, dan *organizational capabilities*. Dimensi yang digunakan pada penelitian ini yaitu menurut (Ramdan et al., 2021), dimana terdapat 6 dimensi dalam mengukur variabel *distinctive capability* yaitu terdiri dari: kapabilitas manajemen, kapabilitas pemasaran, kolaborasi, Sumber Daya Manusia (SDM), infrastruktur, dan inovasi teknologi.

Kapabilitas khas atau *distinctive capability* merujuk pada penggunaan sumber daya yang dimiliki harus dimanfaatkan secara optimum yang dapat membangun keunggulan bersaing (Natalia & Sudiantini, 2023). Menurut (Nurhasanah et al., 2022) dan (Ciptagustia, 2019) mengemukakan bahwa *distinctive capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

H1 : *Distinctive capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan elemen atau fungsi utama yang menopang dan mempengaruhi keseluruhan kinerja dan keberhasilan perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Keunggulan kompetitif akan membangun keterampilan untuk melakukan aktivitas lebih baik dibandingkan lawan bisnis atau lebih efektif dibandingkan pesaing (Nafrianti, Samsir, & Paramitha, 2022).

Dalam merancang maupun memproduksi suatu produk agar memiliki nilai lebih dibanding pesaing

dan memberikan manfaat bagi pelanggan seperti melalui harga yang lebih rendah dapat dikatakan sebagai keunggulan bersaing (Yunitasari & Anwar, 2022). Keunggulan bersaing merupakan elemen atau fungsi utama yang menopang dan mempengaruhi keseluruhan kinerja dan keberhasilan perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Keunggulan kompetitif akan membangun keterampilan untuk melakukan aktivitas lebih baik dibandingkan lawan bisnis atau lebih efektif dibandingkan pesaing (Nafrianti et al., 2022).

Menurut (Siswati & Alfiansyah, 2020) keunggulan bersaing merupakan aktivitas spesifik atau strategi yang dikembangkan oleh suatu perusahaan agar lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Keunggulan kompetitif disebabkan oleh pilihan strategis apa yang dilakukan perusahaan untuk meraih peluang pasar. Ada tiga pendekatan strategis yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi, dan fokus.

Dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan elemen yang mempengaruhi kinerja terhadap kelangsungan dan keberhasilan UMKM serta strategi yang dilakukan UMKM agar lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Adapun dimensi yang menjadi alat ukur dari variabel keunggulan bersaing menurut (Setiawardani, 2022) terdapat 5 dimensi yaitu keunikan produk atau layanan, variasi produk atau layanan, harga produk, reputasi, dan pengalaman pelanggan. Sedangkan dimensi menurut (Maryani & Chaniago, 2019) yaitu keunggulan produk, keunggulan kualitas pelayanan, keunggulan personalia, keunggulan citra, dan keunggulan saluran distribusi. Dalam penelitian ini

dimensi yang digunakan menurut (Farida & Setiawan, 2022), yaitu : inovasi, kualitas, harga, keandalan pengiriman, dan *time to market*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Afiyati et al., 2019) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah sebagai jantung kinerja perusahaan dalam pasar yang bersaing. Dan didukung penelitian yang dilakukan oleh (Putri et al., 2020) mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis

H2 : Keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis

Kinerja Bisnis

Kemampuan operasional organisasi yang dicerminkan melalui hasil kegiatan perusahaan dengan menyeimbangkan serangkaian tindakan kompleks yang dapat mempengaruhi semua aktivitas perusahaan seperti pengurangan biaya operasional, peningkatan kemampuan operasional, peningkatan pendapatan, dan peningkatan daya saing disebut dengan kinerja bisnis (Pratama, Sunarya, & Saori, 2022).

Menurut (Darmawan, Sari, Jamil, & Mardikaningsih, 2023) kinerja bisnis merupakan keluaran (*output*) aktual dan diukur dari suatu aktivitas yang menggunakan sumber daya dalam pelaksanaan operasional usaha demi perkembangan dan kelangsungan usaha yang sesuai dengan arahan keputusan strategis tentang pengembangan bisnis di masa depan.

Kinerja bisnis merupakan kemampuan perusahaan dalam aktivitas bisnisnya dapat mencapai hasil yang diharapkan dan merujuk pada tingkatan dimana organisasi mencapai tujuan melalui ekonomi, efisiensi dan efektifitas. Kinerja perekonomian dapat

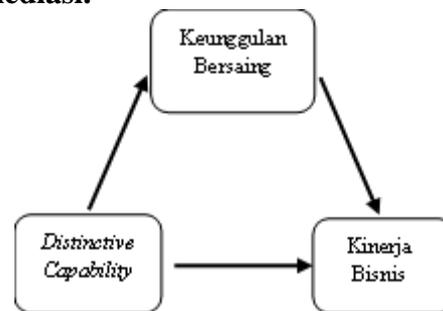
dikatakan lebih akurat dapat dilihat melalui cerminan kinerja keuangan pada pendapatan dan laba (Maryatmo & Pamenta, 2023). Selain keuntungan operasional, untuk melihat kinerja ekonomi suatu bisnis, dapat menggunakan rasio pengeluaran terhadap pendapatan (biaya terhadap pendapatan). Maka, semakin baik atau menguntungkan suatu bisnis semakin rendah rasio bisnisnya. Sedangkan efisiensi mengukur seberapa banyak penggunaan yang digunakan sumber daya yang ada secara tepat guna mencapai tujuan perusahaan. Efektivitas adalah ukuran apakah tujuan perusahaan dapat tercapai (Maryatmo & Pamenta, 2023).

Dapat disimpulkan bahwa kinerja bisnis merupakan hasil dan pencapaian UMKM dalam bisnisnya yang mencakup sejumlah faktor yang memiliki tingkat efektivitas dan efisiensi operasional dalam mencapai tujuan dan keberlanjutan. Adapun dimensi yang menjadi alat ukur dari variabel kinerja bisnis menurut (Aprilianti et al., 2023) yaitu keuangan dan non-keuangan. Sedangkan menurut (Mathafena & Galawe, 2021) terdapat 4 dimensi yang digunakan dalam mengukur kinerja bisnis, yaitu *performance profitability*, *performance market response*, *performance market position value*, dan *performance new product success*. Namun dalam penelitian ini, dimensi yang digunakan dalam mengukur variabel kinerja bisnis menurut (Jasin, 2022) yaitu : pertumbuhan, efisien, profit, reputasi, dan *personal goals of the owner*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Tanurahrjo, 2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa *distinctive capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun terdapat kesenjangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Arraya, 2022) bahwa *distinctive capability* tidak

berpengaruh langsung terhadap kinerja bisnis. Menurut (Nurhasanah et al., 2022) mengemukakan bahwa *distinctive capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dan menurut (Putri et al., 2020) keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

H3 : *Distinctive capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.



Gambar 1. Model penelitian

Sumber: Diolah peneliti, 2024

METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah *distinctive capability*, kinerja bisnis dan keunggulan bersaing, pada UMKM *Furniture* yang berada di Kabupaten Sukabumi dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Unit observasi (responden) adalah pemilik atau pengelola UMKM. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 1 diatas.

Kerangka sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling* dan *stratified random sampling*. Teknik inferensial menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian dengan skala interval 1-10 poin yang berisi pernyataan yang sesuai.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Temuan pada penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian, yaitu: profil responden, model pengukuran, dan model struktural. Profil responden memberikan gambaran sebaran responden berdasarkan wilayah usaha, umur usaha, asset dan omset usaha, dan modal usaha.

Berdasarkan temuan penelitian menunjukkan data yang didapat mengenai profil responden bahwa berdasarkan wilayah usaha, 61 UMKM berada di Wilayah Sukabumi Utara, 16 UMKM berada di Wilayah Sukabumi Tengah, dan 23 UMKM berada di Wilayah Sukabumi Selatan. Dengan :1) Mayoritas usaha telah berjalan 10 – 20 tahun ; 2) Mayoritas usaha berdasarkan asset berada pada kisaran 50 – 500 juta yang termasuk kedalam usaha kecil berdasarkan No.20 Tahun 2008 yaitu sebanyak 48 UMKM ; dan 3) Mayoritas usaha berdasarkan omset per tahun yang didapatkan berada pada kisaran <300 Juta yang termasuk kedalam usaha mikro berdasarkan No. 20 Tahun 2008 yaitu sebanyak 66 UMKM. Seperti yang disajikan pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Profil Responden

Wilayah Usaha	Jumlah Responden	Presentase
Sukabumi Utara	61	61%
Sukabumi Tengah	16	16%
Sukabumi Selatan	23	23%
Total	100	100%
Umur Usaha	Jumlah Responden	Presentase
1 - 10 Tahun	28	28%
10 – 20 Tahun	31	31%
> 20 Tahun	41	41%
Total	100	100%
Asset Usaha	Jumlah Responden	Presentase
< 50 Juta	47	47%
50 – 500 Juta	48	48%
500 – 10 Milliar	5	5%
Total	100	100%
Omset Usaha per Tahun	Jumlah Responden	Presentase
< 300 Juta	66	66%
300 Juta – 2,5 Milliar	28	28%
2,5 – 50 Milliar	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Dalam model pengukuran,

evaluasi pada model PLS dilakukan melalui 2 tahap yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*) dengan uji hipotesis menggunakan metode *bootstrapping*. Model pengukuran (*outer model*) bertujuan untuk memastikan bahwa konstruk diukur dengan baik oleh indikator-indikatornya. Dalam model pengukuran dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Adapun pengujian validitas dalam smartPLS dapat dilakukan dengan menggunakan 3 kriteria, yaitu *convergent validity* yang meliputi *factor loadings* dan *Average Variance Extracted (AVE)*, serta menggunakan *discriminant validity*. Untuk menilai keandalan atau reliabilitas dapat menggunakan 2 kriteria diantaranya dengan melihat nilai pada *composite reliability* dan nilai dari *cronbach's alpha*.

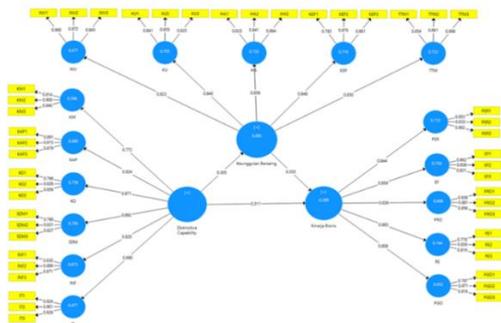
Untuk pengujian model pengukuran, hasil perhitungan PLS algoritma pada nilai *loading factor* harus bernilai 0,7 yang menunjukkan bahwa indikator sudah memenuhi *convergent validity* yang baik. Menurut Chin untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,50 sampai dengan 0,60 dianggap cukup. Selain itu untuk menguji validitas dapat menggunakan *discriminant validity* atau nilai AVE. Nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 sehingga setiap variabel konstruk dapat dikatakan valid dan memenuhi persyaratan model yang baik (Ghozali, 2021). Sedangkan untuk uji reliabilitas diukur dengan 2 kriteria yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari blok yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* >0,70 dan nilai *cronbach's alpha* bernilai >0,50. Adapun hasil temuan pada penelitian disajikan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Distinctive Capability	0,507	0,942	0,935
Kinerja Bisnis	0,511	0,936	0,926
Keunggulan Bersaing	0,514	0,941	0,933

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai AVE setiap variabel bernilai lebih dari 0,50. Artinya bahwa variabel *distinctive capability*, kinerja bisnis, dan keunggulan bersaing menunjukkan validitas konvergen yang kuat. Dan nilai



Gambar 2. Model Jalur Lengkap

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Model jalur lengkap menggambarkan *outer loading* dan koefisien jalur untuk setiap konstruk dari variabel laten. Merujuk pada Gambar 2 memberikan representasi visual dari model lengkap. Dalam model ini nilai *R-Squares* digunakan untuk menilai pengaruh setiap variabel *laten independent* terhadap variabel *latent dependent* apakah memiliki pengaruh yang *substantive* dan nilai *Q-Square* atau Q^2 lebih besar 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*. Nilai *R Square* kinerja bisnis sebesar 0,289, dan *R-square* untuk keunggulan bersaing sebesar 0,093. Relevansi prediksi X terhadap Y dan M berdasarkan nilai *Q-Squares* sebesar 0.140 dan 0.045 bernilai lebih besar dari pada 0. Artinya dapat disimpulkan bahwa variabel *distinctive capability* terhadap kinerja bisnis dan keunggulan bersaing tepat atau relevan

composite reliability untuk masing-masing konstruk bernilai lebih dari 0,70 dan *cronbach's alpha* bernilai lebih dari 0,50. Artinya bahwa baik variabel *distinctive capability*, kinerja bisnis, dan keunggulan bersaing menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Selain itu hasil *loading factor* pada masing-masing konstruk memiliki lebih dari 0,70 ($>0,70$) itu artinya pada masing-masing konstruk memiliki validitas yang baik seperti yang tergambar dalam model struktural, model jalur lengkap disajikan pada Gambar 2. Berikut. jika digunakann sebagai prediktor sebagai variabel endogen.

Setiap jalur dalam model disertai dengan nilai koefisien *dirrect*, *indirrect*, dan total *effect*, t-statistik, dan *p values*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode *resampling bootstrap* dengan menggunakan *P Value* <0.50 atau uji t (statistik t) dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% sehingga presisi atau batas ketidakakuratan (α) = 5% atau 0.05, dengan nilai t-tabelnya adalah 1.96 (Ghozali, 2021). Adapun hasil *bootstrapping* pada penelitian ini digambarkan pada Tabel 5. berikut ini:

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel Laten	T-Statistik	P-Value	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
X → M	3,783	0,000	0,305	0,000	0,305
X → Y	3,636	0,000	0,311	0,000	0,311
M → Y	3,825	0,000	0,353	0,000	0,353
X → M → Y	2,391	0,017	0,311	0,108	0,419

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Penjelasan lebih lanjut mengenai Tabel 3 hasil pengujian hipotesis diatas akan diuraikan pada subbagian berikut sesuai dengan hipotesis dalam penelitian ini.

1. Hipotesis pertama

Berdasarkan hasil pada Tabel 5 mengenai Hasil Pengujian Hipotesis menunjukkan bahwa variabel *distinctive capability* (X) terhadap keunggulan bersaing (M) adalah sebesar 0,305 dengan arah positif. Artinya, bahwa apabila nilai *distinctive capability* meningkat sebesar satu satuan, maka hal tersebut akan mempengaruhi

peningkatan Keunggulan Bersaing sebesar 0,305. Mengacu pada nilai t-statistik koefisien jalur didapatkan nilai sebesar $3,783 > 1,96$ dan nilai *p values* sebesar $0,000 < 0,50$. Artinya bahwa hipotesis “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *distinctive capability* terhadap kinerja bisnis pada UMKM *Furniture* di Kabupaten Sukabumi” dapat diterima.

Kemampuan khas atau *distinctive capability*, yang meliputi kapabilitas pemasaran, kapabilitas manajemen, kolaborasi, infrastruktur, inovasi teknologi, dan sumber daya manusia (SDM), memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kapabilitas pemasaran yang kuat memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan pasar dan menyampaikan nilai produk dengan efektif, sementara kapabilitas manajemen yang unggul memastikan strategi yang tepat dan implementasi yang efisien. Kolaborasi yang baik dengan mitra dan pemangku kepentingan meningkatkan sinergi dan efisiensi operasional. Infrastruktur yang andal dan inovasi teknologi yang berkelanjutan mendukung proses produksi yang lebih baik dan *time to market* yang cepat. Selain itu, SDM yang kompeten dan inovatif mendorong kualitas produk dan layanan yang lebih tinggi. Dengan demikian, perusahaan yang mampu mengembangkan dan memanfaatkan *distinctive capability*-nya dapat mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan unggul di pasar.

Hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas khas atau *distinctive capability* yang dimiliki dan dimanfaatkan secara optimum dapat membangun keunggulan bersaing (Natalia & Sudiantini, 2023). Dengan memiliki kemampuan yang berbeda dari pesaingnya melalui berbagai aspek pada *distinctive capability* akan meningkatkan

aspek pada kinerja bisnis itu sendiri. asil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ciptagustia, 2019) dan (Nurhasanah et al., 2022) yang menyatakan bahwa *distinctive capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

2. Hipotesis Kedua

Merujuk pada Tabel 4.10 mengenai Hasil Pengujian Hipotesis, menunjukkan besarnya pengaruh langsung dari keunggulan kersaing (M) terhadap kinerja bisnis (Y) adalah sebesar 0,353 dengan arah positif. Mengacu pada besaran nilai t-statistik koefisien jalur adalah sebesar $3,825 > 1,96$ dan nilai *p-values* $0,000 < 0,50$. Artinya bahwa hipotesis “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis pada UMKM *Furniture* di Kabupaten Sukabumi” dapat diterima. Itu artinya, keunggulan bersaing dapat menjadi jantung kinerja perusahaan dalam pasar yang bersaing (Afiyati et al., 2019). Dengan meningkatkan keunggulan bersaing, kinerja bisnis dapat meningkat secara signifikan. Perusahaan khususnya UMKM *Furniture* di Kabupaten Sukabumi dapat memperkuat posisinya di pasar dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Upaya peningkatan ini dapat dilakukan melalui berbagai strategi seperti inovasi produk yang menawarkan fitur unik dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, peningkatan kualitas layanan pelanggan, dan penerapan teknologi canggih untuk efisiensi operasional. Selain itu, pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dan adaptif juga memainkan peran penting dalam menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian, perusahaan tidak

hanya mampu menarik dan mempertahankan pelanggan, tetapi juga bisa menetapkan harga premium atau meningkatkan volume penjualan, yang akhirnya berdampak positif pada kinerja bisnis. Hasilnya, perusahaan dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, meningkatkan profitabilitas, dan memperkuat daya saingnya di pasar.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini et al., 2020) bahwa harga dan kualitas berpengaruh positif terhadap citra merk atau reputasi. Dan didukung dengan pernyataan (Syahreva & Alhazami, 2022) bahwa Harga, kualitas, dan keandalan pengiriman merupakan salah satu cara untuk memiliki keunggulan bersaing yang akan meningkatkan kinerja bisnis.

3. Hipotesis Ketiga

Merujuk pada Tabel 4.8 mengenai Hasil Pengujian Hipotesis, menunjukkan besarnya pengaruh tidak langsung dari *distinctive capability* (X) terhadap kinerja bisnis (Y) melalui Keunggulan Bersaing (M) adalah sebesar 0,108 dengan arah positif. Dengan demikian, keunggulan bersaing (M) mampu memediasi hubungan antara *distinctive capability* terhadap kinerja bisnis. Artinya bahwa hipotesis “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *distinctive capability* terhadap kinerja bisnis dengan di mediasi oleh keunggulan bersaing pada UMKM *Furniture* di Kabupaten Sukabumi” dapat diterima. Mengacu pada nilai t-statistik koefisien jalur didapatkan nilai sebesar $2,391 > 1,96$ dan nilai *p values* sebesar $0,017 < 0,50$. Artinya bahwa hipotesis “Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *distinctive capability* terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing pada UMKM *Furniture* di Kabupaten Sukabumi”

dapat diterima. Namun apabila mengacu pada besaran nilai pengaruhnya, pengaruh langsung memiliki pengaruh lebih besar yaitu sebesar 0,305 dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung sebesar 0,108.

Hasil temuan ini menunjukkan bahwa *distinctive capability* memiliki kemampuan dalam meningkatkan kinerja bisnis. Oleh karena itu untuk meningkatkan kinerja bisnis, UMKM harus memiliki kemampuan berbeda dengan pesaingnya atau dalam meningkatkan kinerja bisnis, UMKM harus meningkatkan kemampuan berbeda atau *distinctive capability* terlebih dahulu yang kemudian akan menciptakan atau meningkatkan kinerja bisnis pada UMKM tersebut. Kemampuan khas atau berbeda yang dapat dimanfaatkan dengan baik akan sulit ditiru oleh pesaingnya dan hal tersebut menjadi sumber kemampuan untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggannya dan memastikan bahwa kinerja yang telah dihasilkan lebih unggul (Arraya, 2022). Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sembiring, 2020) yang menjelaskan bahwa *distinctive capability* dapat meningkatkan kinerja bisnis. Dan selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanuraharjo, 2021) menunjukkan hasil penelitian bahwa *distinctive capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai “Analisis *Distinctive Capability* dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis melalui Peran Keunggulan Bersaing pada UMKM *Furniture*”, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Distinctive capability* memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memiliki kemampuan khas atau *distinctive capability* yang baik akan berdampak positif terhadap keunggulan bersaing.

2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Artinya, apabila suatu perusahaan telah memiliki keunggulan bersaing yang baik akan berdampak positif dalam meningkatkan kinerja bisnis
3. Keunggulan bersaing berhasil berperan dalam memediasi hubungan antara *distinctive capability* dengan kinerja bisnis, tetapi secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing penting dan berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *distinctive capability* dengan kinerja bisnis, namun kemampuan unik atau *distinctive capability* masih dapat langsung mempengaruhi kinerja bisnis tanpa harus melalui keunggulan bersaing sepenuhnya.

Saran

Bagi perusahaan, dengan dilakukannya penelitian ini dapat membantu pelaku usaha khususnya UMKM Furniture yang berada di Kabupaten Sukabumi dapat lebih meningkatkan kemampuan khas atau *distinctive capability* yang dimiliki dalam meningkatkan kinerja bisnis. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan variabel yang lebih bervariasi lagi dan memperluas cakupan penelitian ke berbagai industri lain serta konteks geografis yang berbeda dan sampel yang lebih besar lagi untuk melihat apakah temuan mengenai pengaruh *distinctive capability* terhadap kinerja bisnis ini konsisten. Selain itu, penelitian

selanjutnya dianjurkan untuk melakukan analisis secara mendalam mengenai faktor-faktor moderator yang bisa mempengaruhi hubungan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, Afiyati, Murni, Sri, & Hariadi, Pramono. (2019). Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengaruh Strategi Diferensiasi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 21(3).
- Aprilianti, Nisa, Surtiani, Ani, & Johan, Ahmad. (2023). Business Performance MSMEs Bandung City : The Role Of Marketing Mix Strategy And Service Quality (Study At Sambel Mitoha Restaurant Bandung) Kinerja Bisnis UMKM Kota Bandung : Peran Strategi Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan (Studi Pada Rumah Mak. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 8451–8461.
- Arraya, Marco. (2022). The relationship between distinctive capabilities system, learning orientation, leadership and performance. *European Journal of Management Studies*, 27(2), 205–227.
- Asari, Andi, Zulkarnain, Hartatik, Anam, Ahmad, Suparto, Limahuputty, Jacomina, Dewadi, Fathan, Prihastuty, Dyah Rini, Maswar, Syulrilla, Wara, Murni, Nanti Sari, & Sukwika, Tatan. (2023). *Pengantar Statistika* (Cetakan Pe; Andi Asari, ed.). Sumatera Barat: PT. MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA.
- Auliandari, Tasya, Linda Hetri Suriyanti, and Zul Azmi. “Determinan Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja

- Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Fashion Di Pekanbaru)." *Accountia Journal (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)* 6.2 (2022): 153-170.
- Ciptagustia, Annisa. (2019). Pengaruh Manajemen Talenta Terhadap Distinctive Capabilities serta Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Industri Furniture Rotan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 1-15.
- Darmawan, D., Sari, P. N. L., Jamil, S. A., & Mardikaningsih, Rahayu. (2023). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar Dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Fanani, Yazied Kamal, and Dhiah Fitriyati. "Pengaruh modal insani dan modal sosial terhadap kinerja UMKM makanan dan minuman di Surabaya." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 9.3 (2021): 84-89.
- Ferdiansyah, Ahmad, and Eri Bukhari. "Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion Di Bekasi Utara." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 17.2 (2021): 103-114.
- Ghozali, Imam. (2021). *Structural Equation Modeling Dengan Metode Alternatif Partrial Least Squares (PLS)* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarto, Muji, Armanto, Rully, Verawaty, & Achmadi, Judi. (2021). The role of collaboration in mediating distinctive capability on performance in the digital industry in Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3028-3036.
- Hidayat, Asep, Lesmana, Surya, & Latifah, Zahra. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707-6714.
- Kurniawati, Dian, & Yanti, Ani Rohmah. (2018). Tantangan Eksportir Furnitur Di Yogyakarta Studi Kasus Cv. Dbest Furniture. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01).
- Maryatmo, Rogatianus, & Pamenta, Devi Victoria. (2023). Peran Aplikasi Digital Pada Kinerja Bisnis Kedai Kopi Skala Mikro Di Diy. *Jurnal Modus*, 35(1), 101-115.
- Komariah, Neng Siti, M. Fadhli Nursal, and Muhammad Richo Rianto. "Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota Bekasi Utara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8.2 (2022): 2247-2252.
- Kurniawan, Jefri Handy, and Kartika Nuringsih. "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Makanan Khas Jambi." *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis* 6.1 (2022): 176-187.
- Ludiya, Eka, and Aam Rachmat Maulana. "Pengaruh karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha pada UMKM fashion di kota cimahi." *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 17.1 (2020): 113-120.
- Lorensa, Eliora, and Nur Hidayah. "Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan media sosial terhadap kinerja umkm

- fashion." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4.3 (2022): 739-748.
- Mathafena, Rose boitumile Galawe, Jabulile. (2021). Entrepreneurial orientation , market orientation and opportunity exploitation in driving business performance: Moderating effect of interfunctional co-ordination. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(3).
- Nafrianti, Hardiana, Samsir, & Paramitha, Anggia. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pada Usaha Minuman Boba Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 1–13.
- Nasution, Salman, & Silalahi, Purnama Ramadani. (2022). Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Kuliner Berbasis Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 510–519.
- Novitasari, Anindita Trinura. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic*, 9(2), 185.
- Nurhasanah, Sri Tania, Sunarya, Erry, & Ramdan, Asep Muhammad. (2022). Analysis Of Distinctive Capabilities And Entrepreneurial Orientation To Competitive Advantage For SMEs Traditional Food Typical Of Sukabumi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2154–2160. Retrieved from
- Pratama, Mochamad Iqbal, Sunarya, Erry, & Saori, Sopyan. (2022). MSMEs Performance During the Covid-19 Pandemic Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Adopsi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1450–1459.
- Putri, Nadia Azalia. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Kapabilitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja UMKM Kerajinan Tangan di Kabupaten Jember." *Opinia de Journal* 2.1 (2022): 1-13.
- Putri, Sri Melisa, Desmiyawati, & Hariadi. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)(Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir). *Journal of Public and Business Accounting*, 1(2), 43–53.
- Ramdan, Asep Muhammad, Rahayu, Agus, Wibowo, Lili Adi, & Dirgantari, Puspo Dewi. (2021). The effect of uniqueness and student's experience in improving university image: Empirical study at private universities in Indonesia. *Management Science Letters*, 11, 357–364.
- Sembiring, Sari Indah Oktanti. (2020). Penerapan Strategi Bersaing Umkm Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 25(1), 81–95.
- Siswati, Endang, & Alfiansyah, Ramadhan. (2020). Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Berbasis Inovasi (Studi Pada Umkm Keripik Samiler Kasper Di

- Sidoarjo). *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 84–90.
- Soliha, Nadia. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Industri Fashion dan Kerajinan Tangan (Komunitas UKM Kenalsapa Pada Masa Pandemi Covid-19)*. Diss. Universitas Komputer Indonesia, 2020.
- Tanurahrjo, Hans Harischandra. (2021). The Effects of Government Regulation and Distinctive Capability on the Cost Leadership Strategy to Drive the Business Performance of Minimarket Chain. *Journal of Sosial Science*, 2(1), 40–47.
- Tarigan, Miska Irani. (2022). Pembinaan dan Pendampingan Pembuatan Nomor Induk Berusaha dalam rangka Digitalisasi UMKM, Sumatera Utara. *Akuntansi Dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 156.
- Wachadah, Fitri Lutfhia, Izza, Muhammad Alfin Syaiful, & Yasin, Muhammad. (2023). Analisis Strategi Industrialisasi Pada Industri Mebel di Kelurahan Bukir, Kecamatan Gadingrejo, Kota Pasuruan, Jawa Timur. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 82–93.
- Wahyuningrum, Putri, Anggraini Sukmawati, and Lindawati Kartika. "Peningkatan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kluster Kerajinan di Kota Depok Menggunakan The House Model." *Jurnal Manajemen dan Organisasi* 5.2 (2014): 154-166.
- Yuliana, Rahmi, and Maduretno Widowati. "Strategi Pendekatan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Pembelajaran Organisasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Makanan Halal Khas Cirebon." *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)* 1.2 (2022): 151-155.
- Yunitasari, Sisilia Suci Yunitasari, & Anwar, Muhadjir. (2022). Analisis Keunikan Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada Busana Muslim di Surabaya. *Widya Manajemen*, 4(2), 160–170.