



Pengaruh Innovation Capability Dan Blue Ocean Strategy Terhadap Competitive Advantage Pada UMKM Sektor Kuliner Kecamatan Cilacap Selatan

Hakim¹, Ardi Artopo², Siti Amalia³

Department of Economic Development, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, Indonesia¹

Direktorat Jenderal Anggaran²

Department of Economic Management, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, Indonesia³

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 22 Desember 2025

Revised: 10 Januari 2026

Accepted: 25 Januari 2026

Keywords:

Innovation capability

Blue ocean strategy

Competitive advantage

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *innovation capability* dan *blue ocean strategy* terhadap *competitive advantage* pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan. Persaingan usaha kuliner yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM untuk memiliki kemampuan inovasi yang berkelanjutan serta strategi penciptaan pasar baru guna meningkatkan keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada pelaku UMKM kuliner. Data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *innovation capability* dan *blue ocean strategy* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap *competitive advantage* serta hasil R^2 variabel X1, X2 mempengaruhi *competitive advantage* sebesar 55,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan UMKM dalam menciptakan inovasi produk, proses, dan pemasaran, serta penerapan strategi diferensiasi yang unik, mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM sektor kuliner.

This study aims to analyze the effect of *innovation capability* and *blue ocean strategy* on *competitive advantage* among culinary sector MSMEs in South Cilacap District. Increasingly intense competition in the culinary business requires MSME actors to possess sustainable innovation capabilities and market-creating strategies in order to enhance competitive advantage. This research employs a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to culinary MSME owners. The data were analyzed using multiple regression analysis. The results indicate that *innovation capability* and *blue ocean strategy* have a positive effect on *competitive advantage*, both partially and simultaneously. The coefficient of determination (R^2) shows that 55.3% of the variation in *competitive advantage* is explained by the independent variables (X1 and X2), while the remaining percentage is influenced by other factors outside the research model. These findings suggest that the ability of MSMEs to develop product, process, and marketing innovations, along with the implementation of unique differentiation strategies, can enhance business competitiveness and sustainability. This study is expected to serve as a reference for MSME practitioners and policymakers in formulating development strategies for the culinary sector MSMEs

This is an open-access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Hakim

Department of Economic Development, Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, Indonesia,
Jl. Kemerdekaan Barat No.17, Gligir, Kesugihan Kidul, Kec. Kesugihan, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53274
Email: mazmurakim@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah yang bergerak di bidang kuliner adalah salah satu sektor usaha yang memiliki daya saing unggul di era ekonomi kreatif saat ini. Sejalan dengan daya saing bisnis kuliner yang semakin sengit, maka kapabilitas inovasi merupakan hal yang esensial sebagai motor penggerak bisnis secara berkelanjutan. Representasi dari upaya sebuah bisnis yang berkelanjutan membutuhkan suatu strategi bersaing yang relevan, sehingga mampu beranjak dari ramainya pasar dengan beragam produk yang sama dan sejenis. Sehingga menjadi unggul dan memenangkan persaingan di ranah bisnis kuliner. Pada saat ini UMKM merupakan sektor ekonomi nasional yang menyangkut hajat hidup orang banyak, maka bisa dikatakan menjadi yang paling strategis dan sebagai tulang punggung perekonomian nasional, Winarto et al (2019). Pada kompetisi yang sengit, setiap UMKM dituntut untuk saling bersaing

agar tetap mampu mempertahankan usahanya. Selain itu, UMKM harus selalu mampu memaksimalkan potensi yang dimiliki supaya daya saingnya pun meningkat, sebab UMKM akan secara terus menerus dihadapkan pada persaingan di dunia bisnis, Wijaya & Simamora (2022).

Persaingan yang ketat menuntut UMKM sektor kuliner untuk memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) agar mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan. Menurut Mandasari et al (2025), *competitive advantage* merupakan kemampuan perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih tinggi dibanding perusahaan lain dalam industri yang sama melalui karakteristik dan sumber daya yang dimiliki. Dalam konteks UMKM, keunggulan bersaing menjadi faktor penting karena keterbatasan sumber daya membuat UMKM rentan terhadap perubahan pasar dan tekanan persaingan. Oleh karena itu, UMKM perlu mengoptimalkan kapabilitas internal dan strategi bisnis yang tepat untuk menciptakan keunggulan yang sulit ditiru.

Salah satu kapabilitas internal yang berperan penting dalam menciptakan keunggulan bersaing adalah kemampuan inovasi (*innovation capability*). *Innovation capability* mengacu pada kemampuan organisasi dalam mengembangkan dan mengimplementasikan ide-ide baru yang mencakup inovasi produk, proses, dan pemasaran (Hurley & Hult, 2016). Berdasarkan *Resource-Based View Theory*, keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat dicapai apabila perusahaan memiliki sumber daya dan kapabilitas yang bernalih, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan (Barney, 2011). Dalam sektor kuliner, kemampuan inovasi dapat diwujudkan melalui pengembangan menu baru, cita rasa khas, kemasan menarik, penggunaan teknologi digital, serta peningkatan kualitas pelayanan. UMKM yang mampu berinovasi secara berkelanjutan cenderung lebih adaptif terhadap perubahan selera konsumen dan memiliki nilai tambah dibandingkan pesaing.

Selain kemampuan inovasi, strategi bersaing yang tepat juga menjadi penentu keberhasilan UMKM dalam menciptakan keunggulan bersaing. Salah satu pendekatan strategis yang relevan adalah *Blue Ocean Strategy*. Kim dan Mauborgne (2005) menjelaskan bahwa *blue ocean strategy* merupakan strategi penciptaan ruang pasar baru yang belum diperebutkan melalui inovasi nilai (*value innovation*), sehingga persaingan menjadi tidak relevan. Strategi ini menekankan pada penciptaan diferensiasi yang unik sekaligus efisiensi biaya. Dalam konteks UMKM sektor kuliner, *blue ocean strategy* dapat diterapkan melalui penciptaan konsep usaha yang unik, pengembangan segmen pasar baru, kombinasi menu yang inovatif, serta pengalaman konsumsi yang berbeda dari pesaing.

Sinergi antara *innovation capability* dan *blue ocean strategy* diyakini mampu memberikan pengaruh yang lebih kuat terhadap *competitive advantage*. Kemampuan inovasi memungkinkan UMKM menciptakan produk dan layanan yang bernalih, sementara *blue ocean strategy* membantu UMKM memasarkan inovasi tersebut ke ruang pasar yang belum banyak digarap. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa inovasi dan strategi penciptaan pasar baru berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja UMKM (Rosenbusch et al., 2011; Pratono et al., 2019). Namun demikian, kajian empiris yang menguji pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan pada UMKM sektor kuliner, khususnya pada tingkat kecamatan seperti Kecamatan Cilacap Selatan, masih relatif terbatas.

Di sisi lain, banyak UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan inovasi dan penerapan strategi bersaing yang efektif. Inovasi yang dilakukan cenderung bersifat terbatas dan strategi yang diterapkan masih berfokus pada persaingan harga. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi UMKM dan kemampuan aktual dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.



Grafik 1 Perkembangan UMKM Cilacap Selatan

Sumber : PLUT KUMKM Cilacap 2025

Dari grafik diatas menjelaskan bahwa perkembangan UMKM Cilacap Selatan di tahun 2021 sejumlah 231 unit usaha, pada tahun 2022 sejumlah 330 unit usaha, pada saat tahun 2023 terdapat lonjakan pertumbuhan sebanyak 420 unit usaha, pada tahun 2024 sejumlah 510 unit usaha, dan pada tahun 2025 sejumlah 670 unit usaha. Pertumbuhan UMKM Cilacap Selatan setiap tahunnya mengalami trend pertumbuhan yang cukup baik, hal tersebut dikarenakan sejalan dengan program pemerintah kabupaten yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan baru dan pemberdayaan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan. UMKM kuliner menjadi prioritas utama dalam implemenatai program pemerintah sehingga dalam tiap tahun mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai pengaruh *innovation capability* dan *blue ocean strategy* terhadap *competitive advantage* pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen strategis UMKM serta kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan pemangku kebijakan dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM sektor kuliner yang berdaya saing dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

Innovation Capability

Inovasi Capability (kapabilitas inovasi) merupakan kemampuan suatu organisasi atau pelaku usaha dalam menciptakan, mengembangkan, dan menerapkan ide-ide baru secara berkelanjutan untuk meningkatkan nilai produk, proses, maupun layanan. Kapabilitas ini menekankan bahwa inovasi bukanlah aktivitas sesaat, melainkan kemampuan yang terintegrasi dalam sistem dan budaya organisasi. Menurut Lawson dan Samson (2001), innovation capability merupakan kemampuan organisasi untuk secara konsisten mengubah pengetahuan dan ide menjadi produk, proses, dan sistem baru yang memberikan nilai bagi pelanggan sedangkan Sementara itu, Tidd dan Bessant (2014) menyatakan bahwa innovation capability adalah seperangkat kompetensi internal yang memungkinkan organisasi mengelola inovasi secara sistematis guna merespons perubahan lingkungan dan menciptakan keunggulan bersaing.

Blue Ocean Strategy

Blue Ocean Strategy (BOS) adalah strategi bisnis yang menekankan penciptaan ruang pasar baru yang belum diperebutkan oleh pesaing, sehingga persaingan menjadi tidak relevan. Konsep ini berlawanan dengan *Red Ocean Strategy* yang berfokus pada persaingan ketat di pasar yang sudah ada. Adapun definisi *Blue Ocean Strategy* adalah strategi yang didasarkan pada aspek pola pikir persaingan melalui implementasi kreativitas baru dan penciptaan lingkungan bebas konflik, sehingga memberikan nilai dan manfaat yang berbeda bagi konsumen (Kim & Mauborgne, 2016). *Blue Ocean Strategy* adalah langkah kompetitif dan modern, yang mengarah pada pencapaian pertumbuhan dan

keuntungan bagi organisasi, melalui permintaan baru dan membuka ruang pasar baru yang bebas konflik dan sebagai kesiapan untuk tumbuh secara lebih masif lagi

Competitive Advantage

Competitive Advantage (keunggulan bersaing) adalah kemampuan suatu perusahaan atau usaha untuk memperoleh kinerja yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya melalui penciptaan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan Schermerhorn (2012). Menurut Kotler dan Keller (2016) keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dimiliki perusahaan atas pesaingnya melalui kemampuan menawarkan nilai pelanggan yang lebih tinggi, baik dengan harga yang lebih rendah maupun manfaat yang lebih besar. Perusahaan perlu memahami pesaing sekaligus pelanggan melalui analisis untuk mencapai keunggulan bersaing tersebut. Mencapai *Competitive Advantage* atau keunggulan kompetitif telah menjadi tujuan strategis yang dicari oleh setiap organisasi bisnis. Pencarian keunggulan kompetitif bertujuan untuk memegang kendali atas intensitas kompetisi dan tantangan yang silih berganti datang, serta diasosiasikan dengan iklim ekonomi yang terus mengalami perubahan seiring zaman. Lebih lanjut dipaparkan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) yaitu kemampuan yang diperoleh melalui ciri khas dan sumber daya suatu bisnis untuk memiliki kinerja yang lebih unggul dibandingkan perusahaan lain di industri yang sama.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Innovation Capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan.

Kemampuan inovasi (*innovation capability*) merupakan salah satu faktor kunci dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing (*competitive advantage*), khususnya bagi UMKM sektor kuliner yang beroperasi dalam lingkungan persaingan yang dinamis dan kompetitif. *Innovation capability* merujuk pada kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru, baik dalam bentuk inovasi produk, proses, maupun pemasaran, guna memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung hubungan positif antara *innovation capability* dan *competitive advantage*. Penelitian Rosenbusch et al. (2011) dalam studi meta-analisisnya menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja dan daya saing UMKM. Penelitian Setyawati dan Abror (2013) juga membuktikan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM di Indonesia kemampuan inovasi memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan

Blue Ocean Strategy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan

Blue Ocean Strategy merupakan pendekatan strategis yang menekankan penciptaan ruang pasar baru yang belum diperebutkan (*uncontested market space*) melalui inovasi nilai (*value innovation*), sehingga persaingan menjadi tidak relevan. Berbeda dengan strategi kompetitif tradisional (*red ocean*) yang berfokus pada persaingan harga dan diferensiasi terbatas, *blue ocean strategy* mendorong pelaku usaha untuk menciptakan nilai baru bagi konsumen sekaligus menekan biaya operasional (Kim & Mauborgne, 2005)

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *blue ocean strategy* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha. Kim dan Mauborgne (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang berhasil menerapkan *value innovation* mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penelitian Pratono et al. (2019) menemukan bahwa penerapan strategi inovasi nilai dan eksplorasi pasar baru berpengaruh signifikan terhadap kinerja dan daya saing UMKM.

Innovation Capability dan Blue Ocean Strategy secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) merupakan faktor penentu keberlanjutan UMKM sektor kuliner di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan selera konsumen yang cepat.

Untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan, UMKM tidak hanya memerlukan kemampuan internal dalam berinovasi (*innovation capability*), tetapi juga strategi yang mampu menciptakan ruang pasar baru melalui *blue ocean strategy*. Sinergi antara kapabilitas inovasi dan strategi penciptaan nilai diyakini dapat memberikan pengaruh yang lebih kuat terhadap peningkatan daya saing UMKM. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa integrasi inovasi dan strategi kompetitif berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Kotler & Keller (2016) kemampuan sebuah perusahaan dalam melakukan inovasi yang didukung oleh orientasi strategis mampu meningkatkan posisi kompetitif yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh *innovation capability* dan *blue ocean strategy* terhadap *competitive advantage* pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM kuliner sebagai responden penelitian, serta data sekunder sebagai pendukung. Populasi penelitian mencakup seluruh UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan, dengan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin terdapat 141 UMKM dan teknik *simple* menggunakan *random sampling*. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin dan telah diuji validitas serta reliabilitasnya. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antarvariabel, dilengkapi dengan uji asumsi klasik, uji hipotesis uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN

Tabel 1 Validitas *Innovation Capability*

No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X1.1	0,395	0,165	Valid
2	X1.2	0,615	0,165	Valid
3	X1.3	0,367	0,165	Valid
4	X1.4	0,666	0,165	Valid
5	X1.5	0,691	0,165	Valid
6	X1.6	0,662	0,165	Valid
7	X1.7	0,468	0,165	Valid
8	X1.8	0,606	0,165	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel *Innovation Capability*, diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel dapat dikatakan valid karena memiliki nilai hitung $> 0,165$. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian

Tabel 2 Validitas *Blue Ocean Strategy*

No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X2.1	0,664	0,165	Valid
2	X2.2	0,682	0,165	Valid
3	X2.3	0,777	0,165	Valid
4	X2.4	0,787	0,165	Valid
5	X2.5	0,703	0,165	Valid
6	X2.6	0,725	0,165	Valid

7	X2.7	0,693	0,165	Valid
8	X2.8	0,548	0,165	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel *Blue Ocean Strategy*, diketahui bahwa seluruh pernyataan variabel dapat dikatakan valid karena memiliki nilai r hitung $> 0,165$. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian

Tabel 3 Validitas *Competitive Advantage*

No	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Y.1	0,674	0,165	Valid
2	Y.2	0,786	0,165	Valid
3	Y.3	0,699	0,165	Valid
4	Y.4	0,741	0,165	Valid
5	Y.5	0,780	0,165	Valid
6	Y.6	0,650	0,165	Valid
7	Y.7	0,782	0,165	Valid
8	Y.8	0,752	0,165	Valid
9	Y.9	0,616	0,165	Valid

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini dilakukan menggunakan 141 kuesioner yang disebarluaskan pada responden. Diketahui. Setiap item pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Adapun data uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4 Uji Reliabilitas

No Variabel	Jumlah Item Cronbach's Alpha Kriteria Keterangan		
1 Innovation Capability (X1)	8	0,672	$> 0,60$ Reliabel
2 Blue Ocean Strategy (X2)	8	0,849	$> 0,60$ Reliabel
3 Competitive Advantage (Y)	9	0,885	$> 0,60$ Reliabel

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, seluruh variabel penelitian, yaitu *Innovation Capability*, *Blue Ocean Strategy*, dan *Competitive Advantage*, memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		141
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.26427815
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.081

Test Statistic	.087
Asymp. Sig. (2-tailed)	.010 ^c

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Berdasarkan hasil uji normalitas pendekatan Kolmogorov Smimov, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) $0,10 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis statistik lanjutan, seperti uji regresi, uji t, atau uji ANOVA

Uji Multikolinieritas

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.903	2.943		
Innovation Capability	.327	.094	.707	1.415
Blue Ocean Strategy	.527	.080	.707	1.415

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Tabel diatas memperlihatkan nilai tolerance dan VIF dari semua variabel bebas. Nilai tolerance yang didapat pada *innovation capability* .707, *blue ocean strategy* .707, dan nilai VIF *innovation capability* 1.415, *blue ocean strategy* 1.415. Nilai tolerance dan VIF dari semua variabel memenuhi kriteria dimana nilai tolerance besar dari 0,1 dan VIF kecil dari 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-4.236	1.651		-2.566	.011
Innovation Capability	.096	.053	.176	1.822	.071
Blue Ocean Strategy	.078	.045	.169	1.750	.082

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Dari tabel di atas pengujian uji heteroskedastisitas dilakukan melalui SPSS dengan menggunakan Uji Glejser dan dihasilkan bahwa nilai sig *innovation capability* sebesar 0,071 yang artinya nilai sig $> 0,05$ dan sig *blue ocean strategy* sebesar 0,082 yang berarti bahwa nilai sig $> 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel *innovation capability* dan *blue ocean strategy* tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	t		
1 (Constant)	8.903	2.943		3.025	.003	
Innovation Capability	.327	.094	.261	3.481	.001	
Blue Ocean Strategy	.527	.080	.494	6.599	.000	

a. Dependent Variable: Competitive Advantage

Sumber : Hasil olah data SPSS for windows versi 26

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,903 + 0,327 + 0,527$$

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa :

- Nilai a sebesar 8,903 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel *competitive advantage* belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel *innovation capability* (X1) dan *blue ocean strategy* (X2). Jika variabel independent tidak ada maka variabel *competitive advantage* tidak mengalami perubahan.
- Nilai koefisien *innovation capability* (X1) sebesar .327, menunjukkan bahwa variabel *innovation capability* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *competitive advantage* (Y) yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel *innovation capability* maka akan mempengaruhi *competitive advantage* sebesar .327, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- Nilai koefisien *blue ocean strategy* (X2) sebesar .527, menunjukkan bahwa variabel *blue ocean strategy* mempunyai pengaruh yang positif terhadap *competitive advantage* yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *blue ocean strategy* maka akan mempengaruhi *competitive advantage* sebesar .527 dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T

Tabel 9 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (Constant)	8.903	2.943		3.025	.003
Innovation Capability	.327	.094	.261	3.481	.001
Blue Ocean Strategy	.527	.080	.494	6.599	.000

Sumber : Hasil olah data *SPSS for windows versi 26*

Berdasarkan hasil uji t, dapat disimpulkan bahwa Variabel *innovation capability* diperoleh t hitung (3.481), karena t hitung > t tabel (3.481 > 1.655) dapat dikatakan variabel *innovation capability* berpengaruh terhadap *competitive advantage* sedangkan variabel *blue ocean strategy* diperoleh t hitung (6.599), karena t hitung > t tabel (6.599 > 1.655) dapat dikatakan variabel *blue ocean strategy* berpengaruh terhadap *competitive advantage*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan UMKM dalam melakukan inovasi produk, proses, dan pemasaran, maka semakin tinggi keunggulan bersaing yang dimiliki. Selain itu, hasil uji t juga menunjukkan bahwa *Blue Ocean Strategy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi penciptaan pasar baru, diferensiasi yang unik, dan inovasi nilai mampu meningkatkan daya saing UMKM.

Uji F

Tabel 10 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	592.694	2	296.347	56.976	.000 ^b
Residual	717.774	138	5.201		
Total	1310.468	140			

Berdasarkan hasil uji F, nilai f hitung sebesar (56.976), dengan tingkat signifikan 0,05, dan f tabel = 3.06 maka dapat disimpulkan f hitung > f tabel = (56.976 > 3.06) karna f hitung > f tabel dapat kesimpulan *innovation capability* (X1), dan *blue ocean strategy* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap *competitive advantage* (Y) Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi kemampuan inovasi dan penerapan strategi penciptaan pasar baru secara bersama-sama mampu meningkatkan keunggulan bersaing UMKM. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh kedua variabel independen terhadap *competitive advantage*.

Uji Determinasi

Tabel 11 Hasil Uji Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.553	.536	2.29172	

a. Predictors: (Constant), Blue Ocean Strategy, Innovation Capability

Dari tabel di atas maka didapatkan data bahwa nilai R Square sebesar 0,553. Artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan bahwa variabel *innovation capability* (X1) dan *blue ocean strategy* (X2) dapat mempengaruhi *competitive advantage* pada UMKM sektor kuliner Kecamatan Cilacap Selatan sebesar 55,3%, sedangkan sisanya 44,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti kualitas layanan, packaging produk, maupun citra merek produk yang mungkin memiliki pengaruh lebih besar dari dua variabel tersebut

PEMBAHASAN

Innovation Capability berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Innovation Capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan. diperoleh t hitung (3.481), karena t hitung $>$ t tabel (3.481 $>$ 1.655) dapat dikatakan variabel *innovation capability* berpengaruh terhadap *competitive advantage*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan UMKM dalam melakukan inovasi, maka semakin kuat keunggulan bersaing yang dimiliki. *Innovation capability* menjadi faktor penting bagi UMKM kuliner dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat dan perubahan preferensi konsumen yang dinamis

Blue Ocean Strategy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *blue ocean strategy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *competitive advantage* pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan, nilai variabel *blue ocean strategy* diperoleh t hitung (6.599), karena t hitung $>$ t tabel (6.599 $>$ 1.655) dapat dikatakan variabel *blue ocean strategy* berpengaruh terhadap *competitive advantage*. Temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi penciptaan pasar baru melalui diferensiasi yang unik, inovasi nilai, serta pengurangan persaingan langsung mampu meningkatkan keunggulan bersaing UMKM kuliner. Dalam konteks UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan, penerapan *blue ocean strategy* membantu pelaku usaha untuk membedakan produknya dari pesaing, meningkatkan persepsi nilai di mata konsumen, serta memperkuat posisi pasar. Dengan demikian, semakin efektif UMKM menerapkan prinsip *Blue Ocean Strategy*, maka semakin tinggi *competitive advantage* yang dapat dicapai.

Innovation Capability dan Blue Ocean Strategy secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Competitive Advantage pada UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan

Berdasarkan hasil uji F, nilai f hitung sebesar (56.976), dengan tingkat signifikansi 0,05, dan f tabel = 3.06 maka dapat disimpulkan f hitung $>$ f tabel = (56.976 $>$ 3.06) karena f hitung $>$ f tabel dapat kesimpulan *innovation capability* (X1), dan *blue ocean strategy* (X2) secara simultan berpengaruh terhadap *competitive advantage* (Y). Pengaruh simultan kedua variabel tersebut menunjukkan bahwa *competitive advantage* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan inovasi internal atau strategi pasar secara terpisah,

tetapi oleh sinergi keduanya. *Innovation capability* menyediakan dasar kreativitas dan kemampuan implementasi inovasi, sedangkan *blue ocean strategy* mengarahkan inovasi tersebut untuk menciptakan nilai baru yang relevan bagi konsumen. Kombinasi ini memungkinkan UMKM kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan memiliki diferensiasi yang kuat, loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, serta ketahanan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Innovation Capability* dan *Blue Ocean Strategy* berperan penting dalam meningkatkan *Competitive Advantage* UMKM sektor kuliner di Kecamatan Cilacap Selatan. Kemampuan pelaku UMKM dalam berinovasi serta menciptakan ruang pasar yang unik dan berbeda dari pesaing terbukti mampu memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat. Namun, penelitian ini masih memiliki keterbatasan, antara lain ruang lingkup penelitian yang terbatas pada satu wilayah dan sektor usaha tertentu, penggunaan variabel penelitian yang belum mencakup seluruh faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing, serta pengumpulan data yang didasarkan pada persepsi responden. Oleh karena itu, pelaku UMKM diharapkan dapat terus mengembangkan inovasi dan menerapkan strategi diferensiasi yang tepat secara berkelanjutan, sementara pemerintah dan pihak terkait perlu memberikan dukungan melalui pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi usaha. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan menambahkan variabel lain agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor pembentuk keunggulan bersaing UMKM.

REFERENSI

- Barney, J. B. (2011). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Hakim, M. R. (2023). Pengaruh Legitas Usaha, Packaging Produk Dan Lebelisasi Halal MUI Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk UMKM. *Jurakunman*, 118-131.
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42–54.
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (2016). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42–54.
- Julianti, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pers.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2016). *Blue Ocean Strategy* (A. Toha & K. Sulistiyani, Eds.). Harvard Business School Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377–400.
- Mandasari, I. A. C. S., Rahyuda, I. K., Ekawati, N. W., & Setiawan, P. Y. (2025). Antecedents of Competitive Advantage and Its Consequences on Business Performance. *International Journal of Social Science and Business*
- Pratono, A. H. (2018). Does firm performance increase with risk-taking behavior under information technological turbulence? Empirical evidence from Indonesian SMEs. *Journal of Risk Finance*, 19(4), 361–378.
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudiarso, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 26(1), 30–47.

- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif dan R&D* . bandung: alfabet.
- Teece, David. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2016). Dynamic Capabilities And Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2014). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (5th ed.). John Wiley & Sons
- Wijaya, L. D., & Simamora, V. (2022). Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 51–65. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi>
- Winartu, E., Purnomo, D., & Akhmad, J. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta Timur. *Journal Lentera Bisnis*, 8, 38–48.
- Zainurrafiqi, & Amar, S. S. (2021). Pengaruh Innovation Capability dan Blue Ocean Strategy terhadap Competitive Advantage dan Business Performance. *Assyarakah: Journal Of Islamic Economic Business*, 2(2), 73–100