

ABSTRAK

Persaingan bisnis di era globalisasi saat ini menuntut perusahaan memiliki strategi untuk memenangkan pasar. UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. UMKM perlu mengembangkan inisiatif kegiatan pemasarannya untuk mencapai tujuan atau sasaran yang diinginkan secara maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan strategi kompetitif terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi layanan dan orientasi pasar sebagai variabel mediasi pada UMKM di Kota Semarang.

Penelitian ini mengembangkan kerangka pemikiran berdasarkan teori *Service Dominant Logic* (SDL), yang menjadi paradigma alternatif yang berfokus pada sebuah barang yang disebut sebagai *Good Dominant Logic Theory*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pelaku UMKM yang masih beroperasi dan telah beroperasi minimal 6 bulan. Populasi yang digunakan adalah pelaku UMKM di Kota Semarang dan sampel yang digunakan adalah 110 sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) yang merupakan gabungan dari analisis faktor (*factor analysis*) dan persamaan simultan (*simultaneous equation modelling*) dan diolah menggunakan program AMOS 24.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan strategi kompetitif terhadap inovasi layanan, strategi kompetitif terhadap orientasi pasar, inovasi produk terhadap orientasi pasar, orientasi pasar terhadap inovasi layanan, orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing, inovasi layanan terhadap keunggulan bersaing, dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing. Oleh karena itu, setiap hipotesis yang dibahas dalam penelitian ini diterima.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Strategi Kompetitif, Orientasi Pasar, Inovasi Layanan, Keunggulan Bersaing