

ABSTRAK

Berdasarkan analisis omset beberapa burjo di Semarang, ditemukan fluktuasi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti libur mahasiswa, kurangnya strategi bisnis, kualitas pelayanan, serta kurangnya inovasi produk dan keunggulan kompetitif. Penurunan omset yang signifikan pada beberapa burjo mencerminkan masalah dalam pengelolaan bisnis, di mana banyak burjo yang belum mampu meningkatkan kinerja bisnis secara optimal. Studi ini berfokus pada pengembangan strategi bisnis dan inovasi untuk meningkatkan produktivitas bisnis dengan menggunakan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Studi ini menyoroti beberapa permasalahan yang telah dikemukakan dalam penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara strategi bisnis, inovasi, dan praktik kerja bisnis.

Populasinya pada penelitian ini ialah pengelola UMKM Burjo yang telah berdiri selama dua tahun dan berada di daerah Semarang. Penelitian ini menggunakan 100 sampel UMKM Burjo yang telah berdiri selama dua tahun dan berada di daerah Semarang (Semarang Selatan Semarang Timur Semarang Barat Semarang Tengah). Data primer untuk studi ini dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner langsung kepada pengelola UMKM Burjo di Kota Semarang. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari penjualan dan penerimaan UMKM Burjo di Semarang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup Koefisien Determinasi (R^2), Uji Predictive Relevance (Q^2), Goodness of Fit Model (GoF), Path Coefficient, dan Uji Instrumen (validitas dan reliabilitas). Analisis data menggunakan PLS-SEM dilakukan dengan perangkat SmartPLS Professional 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis yang efektif, yang didasarkan pada kemampuan manajerial yang baik dan pengelolaan sumber daya yang optimal, berhasil memanfaatkan peluang pasar dan mempertahankan posisi kompetitif. Inovasi produk, seperti perluasan lini dan pengembangan produk baru, meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas pangsa pasar, yang berimbas pada peningkatan penjualan dan laba. Keunggulan bersaing yang diperoleh dari efisiensi, kualitas produk, dan harga yang bersaing memperkuat posisi Burjo di pasar dan mendorong kinerja bisnis yang lebih baik. Secara keseluruhan, baik strategi bisnis maupun inovasi produk terbukti krusial dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM Burjo. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis melalui keunggulan bersaing.

Kata kunci : inovasi produk, keunggulan bersaing, kinerja bisnis, strategi bisnis