

Relasion Capability and Product Innovation in Increasing competitive Advantage the Covid-19 Pandemic (Study on the Fashion Creative Industry of Sukabumi)

Kapabilitas Relasional dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Masa Covid-19 (Studi Pada Industri Kreatif Fesyen Busana Kota Sukabumi)

Fuji Siti Nurfitriah^{1*}, R. Deni Muhammad Danial², Asep Muhamad Ramdan³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

Fujisitnurfitriah@ummi.ac.id¹, rdmdanial043@ummi.ac.id², amr37ramdan@ummi.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

The current covid-19 pandemic that has hit the world, including Indonesia itself, has caused various impacts, including the economy in Indonesia has resulted in a potential economic growth of 0,4%, which is a worst-case scenario. With the covid-19 pandemic, many have been affected, which has resulted in many companies being laid off. (Sumarni, 2020). The purpose of this study was to find out whether Relasional Capabilities and product Innovations have an effect on Competitive Advantage during the covid-19 period. This research method researchers use quantitative methods. With a sample 35 creative Fashion and Fashion Industries in Sukabumi. The data analysis technique used is the linear regression analysis and hypothesis testing (F test and T test) using the SPSS version 25 program. The results of this study indicated that there is a significant and positive influence between Relasional capability on Competitive Advantage and the influence but there is no significant difference between Product Innovation and Competitive Advantage during the Covid-19.

Keywords : Relasional Capability, Product Innovation, Competitive Advantage

ABSTRAK

Pada saat ini Pandemi covid-19 saat ini melanda dunia terutama negara kisediriyaitu negara Indonesia sendiri yang menimbulkan berbagai dampak termasuk perekonomian. Dampak virus corona bagi perekonomian di Indonesia mengakibatkan potensi pertumbuhan perekonomian sebesar 0,4% yang merupakan sebuah scenario buruk. Dengan adanya covid-19 banyak yang terkena dampaknya yang mengakibatkan banyaknya perusahaan yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK)(Sumarni, 2020)(Panday, 2020). Penelitian dilakukan untuk mengetahui Kapabilitas Relasional dan Inovasi Produk apakah mempunyai pengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada masa Covid-19. Metode yang digunakan peneliti menggunakan metode kuantitatif. Dengan jumlah sample 35 Industri Kreatif Fesyen Busana di Kota Sukabumi. Peneliti menggunakan Teknik analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis (Uji F dan Uji T) Penelitian ini dengan menggunakan program SPSS versi 25. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara Kapabilitas Relasional terhadap Keunggulan Bersaing terdapat pengaruh namun tidak signifikan antara Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada masa Covid-19.

Kata Kunci : Kapabilitas Relasional, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing

1. Pendahuluan

Di Indonesia dampak Covid-19 sangat berpengaruh terhadap perekonomian yang mengakibatkan potensi pertumbuhan perekonomian dengan skenario terburuk mencapai 0,4% sedangkan yang optimalnya hanya 2,3% yang ditinjau dari pertumbuhan konsumsi rumah tangga, scenario tersendiri ini dinilai untuk memperlambat. Berdasarkan sector yang terkena dampak covid 19 yang sangat signifikan karena tidak melakukannya kegiatan ekonomi, kecil dan usaha menengah (UMKM). Dampak covid inilah yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia diantaranya perlambatan ekonomi global dan kinerja industry manufaktur yang berdampak pada kinerja ekspor di Indonesia produktivitas ekonomi menurun 20% sampai 25% (Panday, 2020).

Di era globalisasi ekonomi ini dapat menyebabkan negara tersebut membuka pasar dalam negerinya agar suatu barang atau jasa dari luar negeri dapat masuk dan bisa bersaing dengan barang atau jasa yang berada di dalam negerinya tersebut. Penyebab lemahnya daya saing dalam negeri diantaranya disebabkan oleh terjadinya praktek monopoli dan sebuah persaingan usaha yang tidak sehat. (Retnowati et al., 2020)

Ekonomi kreatif sendiri disini sangat bagus diterapkan dalam UMKM Indonesia. Ekonomi kreatif dapat meningkatkan sebuah inovasi diberbagai bidang dan pengembangan di lapangan membantu industri- industri kreatif di dalam sebuah masyarakat yang dapat menciptakan persaingan usaha agar dapat mengurangi sebuah angka pengangguran. Pemerintah sudah mulai melihat tajam industri kreatif sebagai roda alternatif pergerakan ekonomi yang akan terus berkembang secara pesat. Menjadi sebuah alasan mengapa ekonomi kreatif sangat dikembangkan karena terjadinya dampak positif yang dapat mempengaruhi pada sebuah kehidupan baik dalam segi sosial, iklim bisnis, dan peningkatan ekonomi. (Ananda & Susilowati, 2019)

Kapabilitas Relasional juga merupakan sebuah faktor kunci pada sebuah UMKM dalam mencapai sebuah keunggulan Bersaing dan Kinerja. Lorenzoni mengatakan bahwa kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam meraih sebuah keunggulan Bersaing tidak berfokus pada sumber daya internal perusahaan, tetapi juga dengan adanya Kapabilitas yang berasal dari luar perusahaan (Sitaniapessy, 2015)

Perkembangan ekonomi kreatif di Kota Sukabumi mengalami peningkatan yang terus menerus, dengan diimbangi dengan kenaikan investasi dan tenaga kerja disetiap tahunnya. Dalam hal ini rata-rata sebuah industri kecil menengah yang mencakup sebuah ekonomi kreatif yang memberikan sumbangsih terbesar dalam hal tenaga kerja. Pada tahun 2013 industri sector pengolahan di Jawa Barat yang didalamnya merupakan ekonomi kreatif, dan mengalami laju peningkatan pertumbuhan sebesar 5,32%. Dan hal ini menyatakan bahwa sector ekonomi kreatif Jawa Barat merupakan salah satunya Provinsi dimana perkembangan ekonomi kreatif sangat di dukung oleh sebuah industri disetiap daerahnya. Dan Kota Sukabumi merupakan salah satunya di Jawa Barat. (Nurmilah et al., 2013)

2. Tinjauan Pustaka

Kapabilitas Relasional

Kapabilitas Relasional adalah sebuah kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan sebuah hubungan interaksi bisnis, dan memahami informasi yang lebih spesifik yang berhubungan dengan sebuah jejaring bisnis dalam memperoleh sebuah keuntungan. Adapun sebuah fitur yang akan digunakan dalam sebuah kemampuan relasional yaitu pengembangan sebuah kemampuan perusahaan untuk berkolaborasi dan mengatur sebuah hubungan bisnis yang saling menguntungkan. (Murniningsih, 2017) Menurut (Czakon, 2009) Kapabilitas Relasional memiliki 3 dimensi yaitu Integritas Jaringan, Relasi Privat, Komitmen.

Inovas Produk

Inovasi produk adalah sebuah tanggung jawab bagian dari sebuah bisnis. Baik itu yang berkaitan dengan departemen pemasaran, operasional, pembelian keuangan dan akuntansi. dari semua itu merupakan sebuah bagian integral dari sebuah organisasi dalam perkembangan sebuah produk yang secara efektif maupun secara efisien. Keseluruhan departemen tersendiri memiliki peranan yang perwujudannya produk yang baru. Ide yang baru yang bisa diciptakan terutama dalam sebuah kebutuhan suatu konsumen yang tersampaikan kepada karyawan dalam sebuah perusahaan yang sudah dapat mengembangkan menjadi suatu nilai tambah produk lama akan menjadi produk pengganti yang diharapkan sebuah konsumen. Pentingnya pengembangan produk untuk terjadinya bisnis, dalam membentuk loyalitas pelanggan. Inovasi produk akan terlaksana dengan baik dalam memahami praktik apa yang

terbaik apa yang harus diadopsi dari sebuah proses pengembangan produk, dan mengadopsi praktik untuk mengulangi kesuksesan dan proses dari sebuah perusahaan-perusahaan yang mempunyai performa kualitas terbaik. (Haji, 2017). Menurut Kusumo dalam (Makaram 2020) Inovasi Produk memiliki 3 dimensi yaitu Produk pengembangan, produk tiruan, produk baru.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan jantungnya sebuah kinerja suatu pemasaran dalam menghadapi sebuah persaingan atau sebagai strategi perusahaan dalam bekerja sama untuk menciptakan keunggulan bersaing secara efektif diperoleh melalui cara pengembangan produk dengan spesifikasi serta dengan menguntungkan lebih dari sebuah pesaing. Maka keunggulan bersaing adalah sebuah strategi perusahaan untuk memaksimalkan kinerja pada sebuah keunikan, kualitas produk, harga bersaing pada sebuah produk agar lebih unggul dari pesaing di industry yang serupa. (Nurfajriani, Arum; Manggabarani, 2021) menurut (Hasnatika & Nurnida, 2019), Keunggulan bersaing memiliki 5 dimensi yang terdiri dari : harga, kualitas, *delivery dependability*, Inovasi Produk, *time to market*.

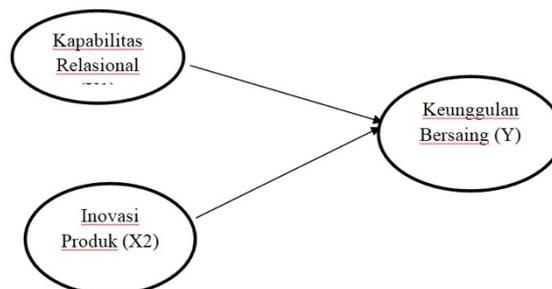
Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Peneliti membuat hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 = Kapabilitas Relasional berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada industri kreatif fesyen busana Kota Sukabumi.

H2 = Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing terhadap industri kreatif fesyen busana Kota Sukabumi.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka pemikiran

3. Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiono,2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang merupakan atas sebuah objek atau subjek yang memiliki sebuah kualitas dan karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk mempelajari dan ditarik sebuah kesimpulannya. Dalam Penelitian ini populasi yang digunakan peneliti adalah Industri kreatif fesyen Busana Kota Sukabumi.

Pengukuran Teknik sampling jenuh merupakan Teknik penentuan sample dimana seluruh anggota populasi digunakan akan menjadi sample. (Sugiono, 2017) pada penelitian ini peneliti menggunakan sampel *Non Probability sampling* dan menggunakan Teknik pengambilan sampel jenuh disalam penelitian ini.

Uji Validitas

Validitas diartikan sebuah ukuran yang mengukur kevalidan dari suatu instrument penelitian khususnya instrument kuesioner yang akan digunakan dengan tujuan mengetahui kualitas dari instrument penelitian sebelum dibagikan kepada subjek yang akan diteliti. Uji validitas adalah sebuah uji untuk mengukur sebuah ketepatan pertanyaan atau pernyataan instrument variabel yang akan diteliti uji validasi bisa dilakukan dengan perhitungan korelasi masing-masing item instrument yang akan diteliti.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau keakuratan dalam sebuah alat ukur dalam suatu prosedur dimana sebuah hasil pengukuran dapat dipercaya. Hasil dari pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap suatu objek yang sama, selama aspek itu diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

Menurut (Sugiono, 2016) setelah dikatakan valid maka instrument akan diuji reliabilitasnya alat yang reliabilitas adalah alat yang jika dipake berkali-kali digunakan dalam mengukur objek yang sama, hasilnya tidak akan berubah akan tetap sama. (M.N. Mukmin, 2017)

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan menguji dalam model regresi, variable dependen dan variable independent (X) yang keduanya mempunyai distribusi yang normal ataukah tidak normal. Model regresi yaitu memiliki distribusi data normal atau juga terdeteksi dengan normal (Imam Ghazali, 2011). Dan dapat dilihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P Plot. (Jurnal normalitas)

Teknis Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Menurut (Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 2017) analisis regresi linear berganda adalah untuk mengamati variable dependen apakah naik atau sebaliknya yaitu turun, jika variable independent tersebut naik maka digunakan persamaan linear berganda.

Analisis Koefisiensi Korelasi Berganda

Analisis ini dapat menghitung lemah atau kuatnya hubungan variabel secara simultan antara variabel (X) dengan variabel (Y). ((Indrawan & Kaniawati Dewi, 2020)

Tabel 1. Interpretasi Koefisiensi Korelasi Ganda

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 2017)

Analisis Koefisiensi Determinasi

Analisis koefisiensi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui kontribusi besarnya pengaruh antara Variabel (X1), (X2) terhadap variabel (Y). (Hernawan, 2019)

Uji Signifikan Parsial (Uji- T)

Uji-T atau parsial merupakan uji untuk memberikan informasi untuk sebuah apakah pengaruh variabel terhadap variabel terikat secara signifikan dengan pengujian terpisah atau variabel individu. (Indrawan & Kaniawati Dewi, 2020)

Jika T hitung > T table maka Ho ditolak dan Ha diterima (berpengaruh)

Jika T hitung < T table maka Ho diterima dan Ha ditolak (tidak berpengaruh)

Menentukan model kepuasan dengan menggunakan statistic uji- T

Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Uji-Fuji yang digunakan untuk menguji sebuah variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. (Wijaya et al., 2020)

Jika F hitung > F table maka Ho ditolak dan Ha diterima (berpengaruh)

Jika f hitung < F table maka Ho diterima dan Ha ditolak (tidak berpengaruh)

Jika signifikansi > 0,05 maka Ho diterima jika signifikansi < 0,05 maka Ho ditolak.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Valisitas

Tabel 2. Uji Validitas

Item	R Hitung	R Kritis	Keterangan
X1.1	0,814	0,3	Valid
X1.2	0,874	0,3	Valid
X1.3	0,696	0,3	Valid
X1.4	0,739	0,3	Valid
X2.1	0,590	0,3	Valid
X2.2	0,460	0,3	Valid
X2.3	0,789	0,3	Valid
Y.1	0,771	0,3	Valid
Y.2	0,829	0,3	Valid
Y.3	0,723	0,3	Valid
Y.4	0,817	0,3	Valid
Y.5	0,776	0,3	Valid
Y.6	0,832	0,3	Valid
Y.7	0,857	0,3	Valid
Y.8	0,840	0,3	Valid
Y.9	0,644	0,3	Valid
Y.10	0,635	0,3	Valid
Y.11	0,476	0,3	Valid

Seluruh item dari table diatas memiliki total diatas $r = > 0,3$ dalam kriteria menurut (Sugiono, Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 2017) untuk menapai sebuah nilai minimum maka dapat diimpulkan seluruh instrument item diatas dapat dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbatch Alpha	N of item
Kapabilitas Relasional	0.901	4
Inovasi Produk	0.768	3
Keunggulan Bersaing	0.940	11

Dari seluruh hasil reliabilitas pada table diatas diperoleh nilai $\alpha > 0,6$ maka dinyatakan variabel Kapabilitas Relasional, Inovasi Produk dan Keunggulan bersaing diatas adalah reliabel dan dapat digunakan sebagai pengukuran data.

Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

One- Sample Kolmogorov- Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
Most Extreme	Std. deviation	6.46731333
Differences		
	absolute	.079
	Positive	.079
	Negatif	-.061
Test Statistic		.079
Asymp.Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
Point probability		.000

Dapat disimpulkan bahwa uji normalitas table diatas dengan metode kologorov Smirnov dengan nilai yang di dapat signifikansi 0,200 yang dimana artinya berdistribusi normal. Model regresi variabel melebihi nilai signifikansi normal yaitu 0,05 maka dari itu $0,200 > 0,05$.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	24.544	7.350		3.340	.002
	Kapabilitas Relasional	.635	.372	.294	1.708	.097
	Inovasi Produk	1.872	.548	.588	3.418	.002

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan table diatas maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$a = 24.544$$

$$b_1 = 0.635$$

$$b_2 = 1.872$$

$$Y' = 24.544 + 0.635X_1 + 1.872X_2$$

Berdasarkan dari hasil persamaan Tabel tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang sangat positif antara variabel Kapabilitas Relasional(X1) terhadap keunggulan bersaing (Y) dan terdapat pengaruh positif antara variabel inovasi produk (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y). koefisiensi regresi untuk variabel Kapabilitas relasional (X1) Pada penelitian ini adalah 0.635 dan koefisiensi untuk variabel Inovasi produk (X2) pada penelitian ini adalah 1.872 maka dari itu dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing industri kreatif fesyen busana di Kota Sukabumi akan meningkat jika Kapabilitas Relasional dan Inovasi produknya ditingkatkan.

Analisis Koefisiensi Korelasi Berganda

Table 6. Analisis Koefisiensi Korelasi Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of The Estimate
1	.850 ^a	.723	.706	6.666

Analisis koefisiensi determinasi merupakan analisis untuk mengetahui kontribusi besarnya pengaruh variabel Kapabilitas Relasional (X1), Inovasi Produk (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y). (Hernawan, 2019)

Dengan rumus : $Kd = r^2 \times 100\%$

Kd : Koefisiensi Determinasi

R : Koefisiensi Korelasi

$Kd = 0.850^2 \times 100\%$

$= 0.722 \times 100\%$

$= 72.2\%$

Berdasarkan hasil analisis koefisiensi determinasi dapat diketahui bahwa nilai Kd = 72.2 % maka disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kapabilitas relasional invasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing industri kreatif fesyen busana di Kota sukabumi pada masa covid-19 dinyatakan kuat.

Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)

Tabel 7. Uji Signifikansi (Uji-T)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandarized Coefficients B	Std. Error	Standarized Coefficient Beta	t	Sig.
1	(Constant)	24.544	7.350		3.340	.002
	Kapabilitas Relasional	.635	.372	.294	1.708	.097
	Inovasi Produk	1.872	.548	.588	3.418	.002

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa Thitung kapabilitas Relasional (X1) terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Y) adalah sebesar 1.708 dan T table (Df = n-2) (Df = 35-2 = 33) = 1.692 sehingga dapat diketahui $T_{Hitung} > T_{table}$ dengan hasil (1.708 > 1.692) dan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel kapabilitas relasional sangat berpengaruh terhadap variabel keunggulan bersaing.

Kemudian untuk variabel Inovasi produk menunjukkan bahwa T hitung variabel inovasi produk (X2) terhadap keunggulan bersaing (Y) adalah sebesar 3.418 dan T tabel (Df = n-2)(Df = 35 - 2 = 33) sehingga dapat diketahui bahwa variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

Tabel 8. Uji Signifikansi Simultan (Uji – F)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresion	3712.654	2	1856.327	41.771	.000 ^b
	Residual	1422.089	32	44.440		
	Total	5134.743	34			

Berdasarkan hasil diatas Fhitung = 41.771 sementara F table (DK = N-k-1) karena uji hipotesis ini dua arah maka (Dk = 35 - 2 - 1 = 32) maka yang digunakan adalah 1.695 (41.771 > 1.695) dan $\alpha = 0.05/2 = 0.25$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang dimana artinya berpengaruh dan signifikansinya $0,000 < 0.025$ jadi kesimpulannya adalah bahwa terdapat pengaruh antara variabel kapabilitas Relasional (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap variabel keunggulan bersaing(Y) industri kreatif fesyen busan di Kota Sukabumi.

5. Penutup

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini pada uji dan sebuah analisis suatu permasalahan diantaranya sebagai berikut :

1. 1. Dari hasil uji signifikansi parsial (uji-t) menunjukkan variabel Kapabilitas Relasional berpengaruh terhadap keunggulan bersaing Industri Kreatif fesyen busana di Kota Sukabumi.
2. Dari hasil uji signifikansi parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk berpenafrah signifikan terhadap keunggulan beraing pada industri kreatif fesyen busana Kota Sukabumi.
3. Dari hasil uji simultan (uji-f) menunjukkan bahwa variabel Kapabilitas Relasional dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Variabel keunggulan bersaing pada industri kreatif fesyen busana Kota Sukabumi.

Saran

Dari hasil laporan penelitian mengenai Kapabilitas Relasional, ainovasi Produk, dan keunggulan bersaing pada industri kreatif fesyen busana di Kota Sukabumi peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat, serta dapat dijadikan sebagai sarana informasiperkembangan ilmu pengetahuan secara teoritis khususnya pada ilmu administrasi bisnis. Dan mencakup saran berupa:

1. Bagi peneliti hasil yang sudah selesai bisa menambah wawasan terutama dalam meningkatkan ilmu pengetahun peneliti dapat mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapat dalam manajemen strategi yakni tentang Kapabilitas Relsional, Inovasi Produk, dan keunggulan beraing pada masa covid-19 pada industri kreatif fesyen busana di Kota Sukabumi.
2. Bagi perusahaan tersendiri lebih ditingkatkan lagi dikembangkan lagi terhadap kapabilitas relasional, inovasi produk dan keunggulan bersaing pada industri kreatif fesyen busana di Kota Sukabumi pada masa Covid-19.

Daftar Pustaka

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Czakon, W. (2009). The building blocks of a relational capability – evidence from the banking industry. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 1(2), 131–146. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2009.029100>
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Duren Kamu Pasti Kembali. di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i3.1252>
- Indrawan, B., & Kaniawati Dewi, R. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 4(1), 78–87. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.239>
- Murniningsih, R. (2017). Kapabilitas Relasional UMKM : Suatu Tuntutan Daya Saing. *Jurnal University Research Colloquium*, 563–568.
- Nurmilah, R., Anggraeni, L., & Novianti, T. (2013). *Strategi pengembangan ekonomi kreatif kota sukabumi*. 2012(Tabel 1), 98–113.
- Panday, R. (2020). Dampak COVID19 Pada Kesiapan Teknologi dan Penerimaan Teknologi di Kampus. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1), 107–116. <https://doi.org/10.31599/jki.v1i1.276>
- Retnowati, T., Fernando, D., & Narotama, U. (2020). *MOTOR*. 4(5), 289–311.

Sugiyono, P. D. (2017) Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.

Sumarni, Y. (2020). Pandemi Covid 19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 46–58.