



**PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK, LABELISASI
HALAL, ORIENTASI PASAR DAN STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA UMKM PAGUYUBAN
PELAKU USAHA BANYUMAS**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh :

MUHAMMAD SAUMI ANDREAN NOFA

41221005

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025



**PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK, LABELISASI
HALAL, ORIENTASI PASAR DAN STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP KEUNGGULAN
BERSAING PADA UMKM PAGUYUBAN
PELAKU USAHA BANYUMAS**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh :

MUHAMMAD SAUMI ANDREAN NOFA

41221005

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, INOVASI PRODUK, LABELISASI HALAL, ORIENTASI PASAR DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM PAGUYUBAN PELAKU USAHA BANYUMAS”

Oleh

Nama : Muhammad Saumi Andrian Nofa

NIM : 41221005

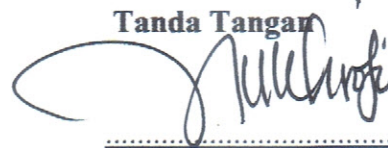
Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 12 Agustus 2025

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji
Ketua Tim/Pembimbing
Mukhroji, S.E., M.M.
NIDN. 0621058902

Tanda Tangan

.....

Dosen Penguji I
Yulis Maulida Berniz, S.E., M.M., AWP
NIDN. 1117028004


.....

Dosen Penguji II
Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIDN. 0622059001


.....

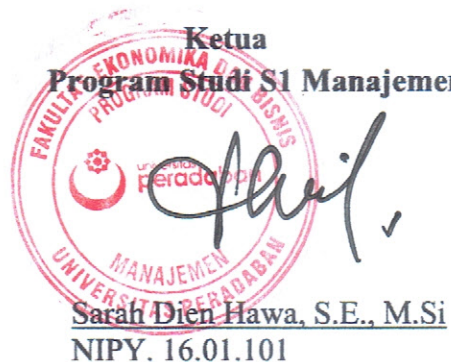

Diterima dan disahkan,
pada tanggal September 2025

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Mukhroji, S.E., M.M.
NIPY. 16.02.120

Ketua
Program Studi S1 Manajemen



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Saumi Andrian Nofa

NIM : 41221005

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 12 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Saumi Andrian Nofa

NIM. 41221005

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk mengarahkan dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah membekali dan memberikan banyak pengetahuan kepada penulis.

5. Dengan segenap cinta dan rasa syukur, karya ini penulis persembahkan kepada Bapak Ahmad Kamali dan Ibu Siti Fadilah, orang tua terbaik yang Allah anugerahkan dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa yang tak pernah putus, peluh yang tak terlihat dan pengorbanan yang tak terucapkan demi melihat penulis sampai pada titik ini. Dibalik setiap halaman karya ini, terdapat ketulusan hati dan perjuangan yang menjadi pondasi utama dalam setiap langkah yang ditempuh. Semoga karya ini dapat menjadi wujud dari cinta, hormat dan terima kasih penulis atas segala yang telah diberikan yang tak akan pernah bisa terbalas sepenuhnya.
6. Syahara Deliana Adhiestya, terima kasih atas kehadiran yang begitu berarti dalam setiap perjalanan hidup penulis. Bukan hanya sebagai pendamping, tetapi juga sebagai tempat berpulang di kala lelah, penguat dalam keterbatasan serta sumber semangat di tengah tantangan yang menguji. Dalam setiap fase sulit, telah hadir dukungan yang tulus, kesediaan untuk mendengar serta dorongan untuk terus melangkah dan tidak menyerah. Semua itu menjadi bagian penting dalam proses yang penulis jalani hingga titik ini.
7. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2021. Terima kasih atas kebersamaan dan solidaritasnya selama penulis menempuh studi di Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
8. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, saya mengucapkan terima kasih.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, 12 Agustus 2025

Muhammad Saumi Andrean Nofa

41221005

ABSTRAK

Dalam menghadapi dinamika persaingan usaha yang semakin ketat, khususnya di sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), pelaku usaha dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Jumlah UMKM yang meningkat di Indonesia menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha. Hal ini dikarenakan jumlah pesaing usaha meningkat bersama dengan jumlah UMKM, sehingga UMKM harus selalu memperhatikan keinginan konsumen dan memenuhi harapan konsumen agar usaha mereka dapat bertahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, inovasi produk, labelisasi halal, orientasi pasar dan strategi pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* melalui *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas. Sementara itu, labelisasi halal, orientasi pasar dan strategi pemasaran tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Temuan ini menunjukkan bahwa ditengah intensitas persaingan yang tinggi, penepatan harga yang tepat dan pengembangan inovasi produk menjadi faktor krusial dalam memperkuat posisi bersaing UMKM di pasar.

Kata kunci: Harga, Inovasi Produk, Labelisasi Halal, Orientasi Pasar, Strategi Pemasaran, Keunggulan Bersaing

ABSTRACT

In facing the increasingly fierce business competition, particularly in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector, business actors are required to have a sustainable competitive advantage. The increasing number of MSMEs in Indonesia presents a challenge for business actors. This is because the number of business competitors increases along with the number of MSMEs, so MSMEs must always pay attention to consumer desires and meet consumer expectations so that their businesses can survive. This study aims to analyze the influence of price, product innovation, halal labeling, market orientation, and marketing strategy on competitive advantage in MSMEs of the Banyumas Business Association. The data used are primary data obtained through distributing questionnaires to 97 respondents, with a sampling technique using a non-probability sampling method through purposive sampling. Data analysis was carried out using descriptive analysis and multiple linear regression with the help of SPSS software. The results of the study indicate that price and product innovation have a positive effect on the competitive advantage of MSMEs of the Banyumas Business Association. Meanwhile, halal labeling, market orientation, and marketing strategy do not affect competitive advantage. These findings indicate that amidst intense competition, appropriate pricing and product innovation are crucial factors in strengthening the competitive position of MSMEs in the market.

Keywords: *Price, Product Innovation, Halal Labeling, Market Orientation, Marketing Strategy, Competitive Advantage*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I <u>P</u> ENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II <u>T</u> ELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN.....	17
A. Telaah Pustaka.....	17
1. Keunggulan Bersaing	17
2. Harga	20
3. Inovasi Produk.....	22
4. Labelisasi Halal	24
5. Orientasi Pasar.....	25
6. Strategi Pemasaran	27
B. Perumusan Model Penelitian.....	29
1. Penelitian Terdahulu.....	29
2. Perumusan Hipotesis	33
3. Kerangka Pemikiran dan Model Empiris	37

BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	40
A. Metode Penelitian.....	40
1. Jenis Penelitian	40
2. Lokasi penelitian	41
3. Waktu Penelitian	41
4. Populasi dan Sampel.....	41
5. Sumber Data	43
6. Teknik Pengumpulan Data	43
7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	44
B. Teknik Analisis Data	47
1. Uji Instrumen.....	47
2. Analisis Deskriptif.....	49
3. Uji Asumsi Klasik	51
4. Analisis Regresi Linear Berganda	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
1. Sejarah Singkat UMKM Paguyuban Pelaku Usaha Banyumas	58
2. Visi Misi Organisasi	59
3. Gambaran Umum Responden.....	59
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	62
1. Uji Instrumen.....	62
2. Analisis Deskriptif.....	65
3. Uji Asumsi Klasik	77
4. Analisis Regresi Linear Berganda	82
5. Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Daftar Provinsi dengan Jumlah UMKM Terbanyak tahun 2022	2
Tabel 2. Daftar Kabupaten dengan jumlah UMKM terbanyak di Jawa Tengah.....	3
Tabel 3. Daftar Jumlah UMKM di Kabupaten Banyumas Tahun 2022 -2024	4
Tabel 4. Kesenjangan Penelitian Harga Terhadap Keunggulan Bersaing	7
Tabel 5. Kesenjangan Penelitian Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	9
Tabel 6. Kesenjangan Penelitian Labelisasi Halal Terhadap Keunggulan Bersaing ..	11
Tabel 7. Kesenjangan Penelitian Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing	12
Tabel 8. Kesenjangan Penelitian Strategi Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing	14
Tabel 9. Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 10. Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 11. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 12. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	61
Tabel 13. Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Keunggulan Bersaing.....	65
Tabel 16. Jawaban Responden Variabel Harga.....	67
Tabel 17. Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk	69
Tabel 18. Jawaban Responden Variabel Labelisasi Halal	71
Tabel 19. Jawaban Responden Variabel Orientasi Pasar	73
Tabel 20. Jawaban Responden Variabel Strategi Pemasaran.....	75
Tabel 21. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	77
Tabel 22. Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 23. Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 24. Hasil Regresi Linear Berganda	82
Tabel 25. Hasil Uji F.....	86
Tabel 26. Koefisien Determinasi.....	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berpikir	38
Gambar 2. Model Penelitian	39
Gambar 3. Grafik Normal P-Plot	78
Gambar 4. Pola Grafik Scatterplot	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 2. Jumlah UMKM Di Kabupaten Banyumas 2024.....	116
Lampiran 3. Surat Izin Observasi Penelitian.....	117
Lampiran 4. Tabulasi Data Keunggulan Bersaing (Y).....	118
Lampiran 5. Tabulasi Data Harga (X1).....	122
Lampiran 6. Tabulasi Data Inovasi Produk (X2).....	126
Lampiran 7. Tabulasi Data Labelisasi Halal (X3).....	130
Lampiran 8. Tabulasi Data Orientasi Pasar (X4).....	134
Lampiran 9. Tabulasi Data Strategi Pemasaran (X5).....	138
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y).....	142
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	143
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X2).....	144
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Variabel Labelisasi Halal (X3).....	145
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar (X4).....	146
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran (X5).....	147
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y).....	148
Lampiran 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1).....	149
Lampiran 18. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X2).....	150
Lampiran 19. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Labelisasi Halal (X3).....	151
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Orientasi Pasar (X4).....	152
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Pemasaran (X5).....	153
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing (Y).....	154
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Harga (X1).....	156
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Inovasi Produk (X2).....	158
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Labelisasi Halal (X3).....	160
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Orientasi Pasar (X4).....	162
Lampiran 27. Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Strategi Pemasaran (X5).....	164

Lampiran 28. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	166
Lampiran 29. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P	167
Lampiran 30. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan Scatterplot	169
Lampiran 31. Hasil Uji Multikolinearitas	170
Lampiran 32. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	171
Lampiran 33. Riwayat Hidup Penulis	172
Lampiran 34. SK Similarity	173
Lampiran 35. Hasil <i>Similarity</i>	174