

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi proses dan pemasaran media sosial terhadap keunggulan kompetitif usaha kuliner di Kelurahan Oesapa, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya persaingan dalam sektor usaha kuliner seiring dengan perkembangan teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, serta bertambahnya jumlah pelaku usaha yang menawarkan produk sejenis. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif melalui penerapan strategi bisnis yang tepat agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah inovasi proses, yaitu melalui peningkatan efisiensi operasional, pemanfaatan teknologi, penyederhanaan proses kerja, serta peningkatan kualitas pelayanan. Selain itu, pemasaran media sosial juga menjadi strategi yang penting karena mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memperkuat citra usaha, dan menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana strategi inovasi proses dan pemasaran media sosial berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif usaha kuliner di Kelurahan Oesapa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 83 pelaku usaha kuliner yang beroperasi di Kelurahan Oesapa. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh sebanyak 45 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan

menggunakan skala interval 1–10 kepada para pelaku usaha kuliner. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Analisis dilakukan untuk menguji pengaruh strategi inovasi proses dan pemasaran media sosial terhadap keunggulan kompetitif, baik secara parsial maupun secara simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial strategi inovasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif usaha kuliner di Kelurahan Oesapa. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan inovasi proses yang dilakukan oleh pelaku usaha sudah mampu memberikan kontribusi yang nyata dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Sebaliknya, pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, yang berarti bahwa semakin optimal pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, komunikasi, dan interaksi dengan konsumen, maka semakin tinggi pula keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh usaha kuliner. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa strategi inovasi proses dan pemasaran media sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,947 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan sebesar 94,7% variasi keunggulan kompetitif, sedangkan 5,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pelaku usaha kuliner diharapkan dapat meningkatkan penerapan inovasi proses secara berkelanjutan dan mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan hubungan dengan pelanggan, serta memperkuat daya saing usaha. Selain itu, pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan pelatihan, pendampingan, dan dukungan terhadap pengembangan inovasi usaha serta transformasi digital bagi UMKM kuliner sehingga mampu meningkatkan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Inovasi Proses, Pemasaran Media Sosial, Keunggulan Kompetitif, Usaha Kuliner, UMKM.