



PENGARUH STRATEGI INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI PARIWISATA DI KABUPATEN LANGKAT

Merry Moy Mita^{1*}, Richard Djiko², Nerys Lourensus L. T³

¹Universitas Imelda Medan

²Politeknik Perdamaian Halmahera Maluku Utara

³STIE ISTI Ekatana Upaweda Yogyakarta

Article's Information

DOI: 10.37253/jgbmr.v4i2.7232

e-ISSN:

2685-3426

EDITORIAL HISTORY:

SUBMISSION: 04 November 2022

ACCEPTED: 25 December 2022

CORRESPONDENCE*:

merrymoymita@gmail.com

AUTHOR'S ADDRESS:

Jl. Bilal Ujung No.24, RW.52, Pulo Brayan Darat I, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara (20239)

ABSTRACT

The large variety of tourist objects in Langkat Regency, of course, provides many choices for tourists to do recreation. Therefore the need for an innovation strategy in creating competitive advantages in the tourism industry. This study aims to determine the effect of innovation strategy on competitive advantage in the tourism industry of Kab. Langkat. The sample in this study were students, local workers and the community who traveled in Kab. Langkat, with a sample of 122 respondents with the sampling method used is purposive sampling. The dependent variable in this study is competitive advantage and the independent variables in this study are leadership orientation, type of innovation, source of innovation and level of investment. The research method used is a quantitative method with primary data obtained from questionnaire data measured by a Likert scale. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. Research data was collected using a questionnaire which was then processed using the SPSS 21.0 program. The results obtained from this study are that the innovation strategy has an effect on competitive advantage in the tourism industry in Langkat Regency.

Keywords: *Innovation Strategy, Competitive Advantage, Tourism Industry*

ABSTRAK

Banyaknya ragam objek wisata yang ada di Kabupaten Langkat, tentunya memberikan banyak pilihan kepada wisatawan untuk melakukan rekreasi. Maka dari itu perlunya strategi Inovasi dalam menciptakan keunggulan bersaing pada industri wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kab. Langkat. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa, pekerjada dan masyarakat yang berwisata di Kab. Langkat, dengan jumlah sampel 122 responden dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keunggulan bersaing dan variabel bebas dalam penelitian ini adalah orientasi kepemimpinan, tipe inovasi, sumber inovasi dan tingkat investasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data primer diperoleh dari data kuesioner yang diukur dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS 21.0. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah strategi inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata di Kab.Langkat

Kata Kunci: Strategi Inovasi, Keunggulan Bersaing, Industri Pariwisata

PENDAHULUAN

Industri pariwisata pada tahun-tahun terakhir mendapat sorotan yang tajam dari pemerintah dan investor (Kemenpar, 2018). Pemerintah memberikan kemudahan bagi investor untuk menginvestasikan modal yang mereka miliki pada sektor pariwisata. Sektor pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa negara terbesar dan juga memberikan peluang emas bagi investor untuk menanamkan modalnya (Wijaya, 2018). Salah satu perhatian pemerintah saat ini adalah pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Langkat. Kabupaten Langkat merupakan wilayah yang berpotensi cukup besar untuk pengembangan wisata alamnya. Potensi wisata alam yang dapat dikembangkan seperti air terjun, pemandian sungai, arung jeram, tracking hutan. Di kawasan Bukit Lawang terdapat gua alam, Tangkahan memiliki gua Batu Rizal. Tanjung Apek Kuala Serapuh dan Tanjung Kerang memiliki wisata bahari. Objek wisata yang terkenal di Kabupaten Langkat ialah Bukit Lawang, Kolam Abadi Desa Rumah Galuh, Pamah View, dan banyak lagi. Untuk itu, dibutuhkan perhatian lebih untuk pembangunan sektor pariwisata yang terencana, sistematis dan terstruktur.

Sektor pariwisata harus dikemas secara menarik, guna menarik perhatian wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara untuk berkunjung ke tempat-tempat wisata yang ada. Persaingan yang semakin ketat membuat industri pariwisata harus mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara maksimal (Oktavianus et al. 2019). Salah satu strategi yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan adalah

menciptakan keunggulan bersaing. Menurut Narver & Slater (1990) keunggulan bersaing di dapat apabila perusahaan mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan.

Menurut Porter dalam Udaya et al, (2013) keunggulan bersaing dapat berasal dari berbagai aktivitas perusahaan yang dilakukan seperti mendesain, memproduksi, memasarkan, dan mendukung produknya. Untuk mencapai hal tersebut, strategi inovasi sangat penting guna mendorong industri pariwisata untuk secara aktif mengembangkan pariwisatanya sehingga mampu mempertahankan loyalitas konsumen.

Inovasi dapat menghasilkan sesuatu yang baru dan bernilai baik dalam menciptakan produk, proses, atau jasa yang dapat menarik perhatian pelanggan (Rofaida et al, 2020). Perusahaan yang berhasil menciptakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah perusahaan yang mampu untuk menciptakan sebuah inovasi dan kreativitas melalui proses inovasi yang efektif dan terencana (Rofaida et al, 2020). Melalui inovasi secara tidak langsung membuka peluang bagi perusahaan untuk memasarkan produk baru pada segmen yang berbeda. Apabila perusahaan tidak agresif dalam melakukan inovasi berisiko tertinggal dengan perusahaan pesaing, dalam rantai nilai (Porter, 1993). Hal ini berdampak pada perilaku konsumen yang selektif dan bersikap rasional dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa.

Apabila industri pariwisata tidak berupaya melakukan pengembangan pariwisata secara terus-menerus, maka dalam jangka waktu yang singkat akan

muncul pariwisata yang serupa dengan kualitas dan harga beragam. Sehingga peran inovasi menjadi lebih penting untuk memenangkan persaingan pasar. Menurut Ellitan dan Lina (2009), inovasi merupakan perubahan yang mencakup kreatifitas untuk menghasilkan produk baru, jasa, ide, dan proses baru yang dikembangkan di dalam maupun di luar organisasi. Menurut Sukmadi (2016), inovasi berarti membuat suatu ide, produk, informasi teknologi, dan praktik – praktik baru yang belum diketahui oleh banyak orang yang digunakan untuk mendorong terjadinya perubahan – perubahan yang besar dalam aspek kehidupan masyarakat dan lingkungan.

Tanpa adanya inovasi industri pariwisata akan mati sebaliknya industri pariwisata yang melakukan inovasi dapat mendominasi pasar dengan kreasi, model, dan penampilan pariwisata. Strategi inovasi mengacu pada adanya strategi yang berorientasi pada inovasi, perumusan dan pencapaian tujuan inovasi, orientasi menuju menciptakan keunggulan kompetitif karena adanya rencana pengembangan (Liittle, 2012). Implementasi strategi inovasi ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan tren di masa sekarang. Inovasi salah satu cara dalam melakukan cara berdaya saing dalam meningkatkan penjualan baik produk atau jasa. Strategi inovasi memiliki pengaruh positif kepada keunggulan bersaing (Vanessa, 2014). Maka Industri Wisata harus mampu melakukan inovasi yang lebih kreatif demi menarik perhatian pelanggan agar mampu berdaya saing secara maksimal.

Peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam menunjang program – program

wisata, maka dari itu para pemilik usaha wisata harus mampu bersinergi untuk saling kerjasama dalam menciptakan wisata yang Inovatif agar memiliki daya saing. Rofaida et al (2019) mengatakan bahwa strategi inovasi yang tepat dapat membantu pemerintah untuk merumuskan kebijakan bgai perkembangan industr kreatif. Wisata akan bisa memiliki daya saing, jika mereka mampu menciptakan dan menerapkan inovasi terbaru pada industri wisara tersebut.

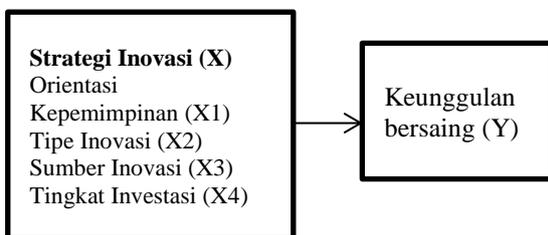
METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh strategi inovasi pada daya saing pada industri wisata di kabupaten Langkat. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang merupakan data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan data primer dan data primer. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Langkat dengan jumlah responden terdiri dari mahasiswa, pekerja kantor dan juga masyarakat yang berkinjung di tepat wisawa tersebut. Pengumpulan data penelitian ini berupa angket yang disebar melalui google form dan secara lansung kepada responden. Adapun responden pada penelitian ini adalah berjumlah 122 responden. Metode penarikan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling*.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner yang kemudian diolah menggunakan beberapa

uji statistik yaitu: uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi, dan uji statistik t. Penelitian ini akan di olah menggunakan bantuan aplikasi *software SPSS 21.0 for Windows*.

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur strategi Inovasi (X) adalah Orientasi Kepemimpinan (X1), Tipe Inovasi (X2), Sumber Inovasi (X3), Tingkat Investasi (X4) (Ellitan dan Lina, 2009). Dan indikator yang digunakan untuk mengukur variable Y adalah keunggulan bersaing (Naver dan Slater, 1990). Kerangka pemikiran merupakan bertujuan untuk memecahkan masalah dalam penelitian yang kita lakukan. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah pada gambar 1 dibawah ini



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Diolah oleh penulis, 2022

Berikut Hipotesis yang akan diteliti pada penelitian ini:

- H1: Strategi Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kabupaten Langkat.
- H0: Strategi Inovasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kabupaten Langkat.

Song et, al. dalam Tintin (2018) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing suatu produk merupakan kesuksesan dalam melakukan inovasi produk baru dalam melakukan persaingan bagi kompetitor lainnya.

Hal sama juga dikemukakan oleh Chen *et al.* dalam Costa *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa inovasi adalah sumber utama keunggulan kompetitif dalam era ekonomi pengetahuan, karena melalui diferensiasi dibuat memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan mereka lebih baik. Selain itu Kuczarski (2003) juga menyatakan bahwa untuk mencapai keunggulan bersaing, maka inovasi itu harus selalu fokus untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam dunia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin minat masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata di Kabupaten Langkat disajikan pada Tabel 1 berikut ini

Pada Tabel 1 tersebut dapat disimpulkan bahwa pria lebih dominan daripada wanita dalam melakukan perjalanan Wisata. Pria memiliki persentase sebesar 61,65 % dan wanita sebesar 38,35 %, artinya ketertarikan atau minat dalam melakukan kunjungan wisata adalah berjenis kelamin pria dan lebih besar dari para wanita. Dan dapat dikatakan bahwa pria memiliki motivasi yang lebih tinggi dalam hal melakukan perjalanan wisata.

Tabel 1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Pria	75	61,65	61,65	61,65
Wanita	47	38,35	38,35	100,0
Total	122	100,0	100,0	

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Model uji regresi yang baik menggunakan distribusi data normal atau mendekati normal. Uji *Kolmogorov-smirnov* digunakan pada pengujian normalitas dalam penelitian ini. Residual berdistribusi normal apabila tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil uji dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* ditunjukkan oleh Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Normalitas

Variabel	n	Sign.	Keterangan
Unstandardized Residual	122	0,820	Normal

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan tabel 3 hasil dari uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji normalitas sebesar $0,820 > 0,05$ maka data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Model regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari dukungan atasan, proteksi, kompensasi, dan tingkat keseriusan kecurangan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap keputusan pengungkapan kecurangan. Hasil perhitungan regresi berganda dengan program SPSS disajikan pada Tabel 4 berikut dengan t- tabel 1.980:

Tabel 3
Hasil Perhitungan Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,032	5,615		1,608	,110
X1	,490	,196	,251	2,497	,014
X2	-,579	,248	-,254	-2,336	,021
X3	,281	,094	,263	2,992	,003
X4	,364	,171	,205	2,130	,005

a. Dependent Variable: Minat Investasi di Pasar Modal

b. Predictor: Orientasi kepemimpinan (X1), Tipe Inovasi (X2), Sumber Inovasi (X3), Tingkat investasi (X4), Keunggulan Bersaing (Y)

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

Dari Persamaan regresi diatas diperoleh bahwa terdapat hubungan positif antara X1 dengan Y, terdapat hubungan negatif antara X2 dengan Y, terdapat hubungan positif antara X3 dengan Y dan terdapat hubungan positif antara X4 dengan Y. sehingga dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 9,032 menyatakan bahwa nilai konstanta 9,032 akan menunjukka nilai Y sebesar 9,032

- dengan nilai X1, X2, X3, dan X4 konstan.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,490 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai X1 akan menaikkan nilai Y sebesar 0,490.
 3. Koefisien regresi X2 sebesar 0,579 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai X2 akan menaikkan nilai Y sebesar 0,579.
 4. Koefisien regresi X3 sebesar 0,281 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai X3 akan menaikkan nilai Y sebesar 0,281.
 5. Koefisien regresi X4 sebesar 0,364 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai X4 akan menaikkan nilai Y sebesar 0,364.

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen yang diteliti maka akan diuji berdasarkan uji ANOVA seperti dijelaskan pada Tabel 5 berikut ini :

Tabel 4
Analysis Of Variance (ANOVA)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	f	Mean Square	F	Sig.
Regression	157,058	4	39,264	5,995	,000 ^b
Residual	766,327	117	6,550		
Total	923,385	121			

- a. Dependent Variable: Minat Investasi di Pasar Modal
- b. Predictor: Orientasi kepemimpinan (X1), Tipe Inovasi (X2, Sumber Inovasi (X3), Tingkat investasi (X4), Keunggulan Bersaing (Y)]

Hasil pengujian secara simultan diperoleh F-hitung sebesar 5,995 sedangkan F-tabel pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 2,46. Hal ini memperlihatkan bahwa F-hitung > F-tabel dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima semua hipotesis artinya pengaruh strategi Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kabupaten Langkat. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Ugi & Maya (2019) bahwa inovasi memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri kreatif sektor usaha dan minuman di kota Bandung.

Uji Koefisien Determinasi

Pengukuran koefisien determinasi (*Adjusted R square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh atau kontribusi variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,412	0,170	0,142

Sumber: Diolah oleh penulis (2022)

Hasil analisis koefisien determinasi seperti yang ditunjukkan pada tabel diatas dalam penelitian ini adalah sebesar 0,170. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh variabel independen sebesar 17 % mempengaruhi variabel dependen yakni pengaruh strategi Inovasi terhadap keunggulan bersaing pada industri

pariwisata Kabupaten Langkat., sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini sebesar 83 % yang di kontribusikan oleh variabel lain dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pada penelitian ini penulis bertujuan untuk melakukan pengujian tentang pengaruh strategi Inovasi terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kabupaten Langkat. Dalam penelitian ini penulis melibatkan sebanyak 122 responden baik melalui *Google Form* dan penyebaran angket secara langsung. Hasil pengujian perbandingan nilai t-hitung dengan nilai t - tabel 1.980 dengan tingkat signifikansi $< 0,05$ diatas menunjukkan bahwa persepsi manfaat Orientasi kepemimpinan (X_1), Tipe Inovasi (X_2) tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing (Y) pada Industri pariwisata di Kabupaten Langkat. Sedangkan Sumber Inovasi (X_3) dan Tingkat investasi (X_4), menunjukkan hasil berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing (Y) pada Industri pariwisata di Kabupaten Langkat.

Berdasarkan hipotesis serta hasil penelitian, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil hipotesis pertama variabel Orientasi kepemimpinan (X_1) kurang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industry pariwisata di Langkat. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel Orientasi kepemimpinan (X_1) mempunyai nilai t- hitung sebesar 2,497 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,14 > 0,05$ variabel di tolak, sehingga variable orientasi kepemimpinan tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata di Kabupaten Langkat.
2. Variabel Tipe inovasi (X_2) kurang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kabupaten Langkat. Berdasarkan uji t (parsial) variabel Persepsi *return* mempunyai nilai t- hitung sebesar - 2,336 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,21 > 0,05$ maka variabel ditolak, sehingga variabel Tipe inovasi (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata di Kabupaten Langkat.
3. Variabel Sumber Inovasi (X_3) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kabupaten Langkat. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel sumber Inovasi mempunyai nilai t- hitung sebesar 2,992 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,03 < 0,05$ maka variabel diterima, sehingga variabel sumber Inovasi memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata di Kabupaten Langkat. Penelitian yang dilakukan oleh Wisnu dan Grisna (2019), bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunngulan bersaing. Inovasi penting dikembangkan dan sudah menjadi keharusan dalam meningkatkan keunggulan bersaing terkhusus bagi industry pariwisata.
4. Hipotesis pengaruh Tingkat investasi (X_4) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Kabupaten Langkat. Secara parsial menunjukkan hasil pengaruh yang positif dengan nilai t-

hitung sebesar 2,130 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,05 \leq 0,05$ maka variabel diterima, Artinya Tingkat investasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata di Kabupaten Langkat. Sama dengan penelitian yang dilakukan Wahyu dan Septiani (2019), bahwa pengetahuan investasi diperlukan dalam meningkatkan kinerja sebuah organisasi

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel persepsi Orientasi kepemimpinan (X_1) kurang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata. Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel motivasi investasi mempunyai nilai t- hitung sebesar 2,947 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,14 > 0,05$ variabel di tolak,
2. Variabel Tipe Inovasi (X_2) kurang berpengaruh terhadap terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata. Berdasarkan uji t (parsial) variabel Persepsi *return* mempunyai nilai t- hitung sebesar -2,336 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,21 > 0,05$ maka variabel ditolak.
3. Variabel Sumber Inovasi (X_3) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata Berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel motivasi investasi mempunya nilai t- hitung sebesar 2,992 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,03 < 0,05$ maka variabel diterima.

4. Hipotesis pengaruh Tingkat investasi (X_4) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada industri pariwisata secara parsial signifikan positif menunjukkan hasil pengaruh yang positif dengan nilai t- hitung sebesar 2,130 dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,05 \leq 0,05$ maka variabel diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Costa, M. d. P. B., & Cabral, J. E. d. O. (2010). The Relationship Knowledge, Learning, Innovation and Competitive Advantages: A Conceptual Model By and (Embrapa). *The International Journal of Technology, Knowledge and Society*, 6(3), 21-36. <https://doi.org/10.18848/1832-3669/CGP/v06i03/56101>
- Ellitan, L & Anatan, L. (2009). *Manajemen Inovasi: Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kuczarski, T. D. (2003). What is innovation? And why aren't companies doing more of it? *Journal of Consumer Marketing*, 20, 536-541. <http://dx.doi.org/10.1108/07363760310499110>
- Little John, S. W. (2014). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Narver & Slater. (1990). *Marketing Orientation and The Learning*

- Organization. *Jurnal Marketing*, 59 (3).63-74.
<https://doi.org/10.2307/1252120>
- Oktavianus, et al. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut di Wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen universitas Tadulako*, 5(2), 211-217.
<https://doi.org/10.22487/jimut.v5i2.153>
- Porter, M. E. (1993). *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Jakarta: Erlangga.
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402-414.
<https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA, CV.
- Sukmadi. (2016). *Inovasi & Kewirausahaan Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Grup.
- Tintin, S. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Bisnis dan Investasi*, 4(1), 57-74.
<https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i1.992>
- Udayana Jusuf, et al. (2013). *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ugi, T. & Maya, S. (2019). Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dalam Industri Kreatif Sektor Usaha Minuman Thai Tea di Kota Bandung. *IRWNS, POLBAN*.
- Vanessa, C., D. & Tawas, H., N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1214-1224.
<https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5800>
- Wahyu & Septiani. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pasar Modal Bagi Generasi Milineal. *Journal of Business Administration*, 3(2), 281-295.
<https://doi.org/10.30871/jaba.v3i2.1529>
- Wijaya Setyo Cipto, H. (2088). Pengaruh Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada Biro Perjalanan Umum Dalam Industri Pariwisata Di Surabaya. *Undergraduate Thesis*, Universitas Surabaya.
<http://digilib.ubaya.ac.id/pustaka.php/153586>
- Wisnu & Grisna, (2019). Analisis of Tourism Industry Innovation Management: Case Study on Bagas Jaya Tourism Travel Agent. e-Proceeding of Management: Vol.6, No.1 (147-162).
- [Kementerian Pariwisata]. (2022). Dorongan Pembangunan Pariwisata Daerah. Diakses 03 November 2022.

<https://www.kominfo.go.id/content/detail/16773/dorong-pengembangan-pariwisata-daerah-kemenpar-ajak-pelaku-umkm->

[bidang-pariwisata-maksimal-pemanfaatan-kur/0/artikel_gpr](#)
[Dinas Pariwisata Langkat]. (2022). Letak dan Geografis Pariwisata Langkat.