

SKRIPSI

**PENGARUH *KNOWLEDGE MANAGEMENT* DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SYARIAH
(Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Kekinian di Kota
Banda Aceh)**



Disusun Oleh:

**FIJAR ANDISA
NIM. 200602068**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M / 1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Fijar Andisa
NIM : 200602068
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 30 Desember 2024

Yang Menyatakan




(Fijar Andisa)

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYIAH SKRIPSI

**Pengaruh *Knowledge Management* Dan Inovasi Produk
Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Etika
Bisnis Syariah
(Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Kekinian Di
Kota Banda Aceh)**

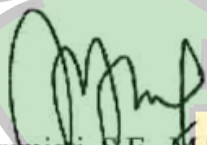
Disusun Oleh:

Fijar Andisa
NIM. 200602068

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi
syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Ayumiati, S.E., M.Si.


Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak.

NIP. 197806152009122002

NIP. 198802262023212035

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,


Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag.

NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh *Knowledge Management* Dan Inovasi Produk Terhadap
Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah
(Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Kekinian Di Kota
Banda Aceh)**

Fijar Andisa
NIM. 200602068

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam bidang Ekonomi
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin 30 Desember 2024 M
28 Jumadil Akhir 1446 H
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Ayumiati, S.E., M.Si.
NIP. 197806152009122002

Sekretaris

Azimah Dhanah, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 198802262023212035

Penguji I,

Intan Quratulaini, S.Ag., M.Si.
NIP. 197612172009122001

Penguji II,

Dara Amanatullah, M.Sc., Fin.
NIDN. 2022028705

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec.
NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fijar Andisa

NIM : 200602068

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : 200602068@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

Yang berjudul:

Pengaruh *Knowledge Management* Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Kekinian Di Kota Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

☐ Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 30 Desember 2024

Mengetahui,

Penulis,

Fijar Andisa
NIM. 200602068

Pembimbing I,

Ayumiati, S.E., M.Si.
NIP. 197806152009122002

Pembimbing II,

Azimah Diah, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 198802262023212035

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Knowledge Management Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Kekinian Di Kota Banda Aceh)” Shalawat beriring *salam* tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M. Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag dan Rina Desiana, M.E selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Ayumiati, S.E., M.Si., selaku pembimbing I dan Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak selaku pembimbing II yang tak bosan-bosannya memberikan arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
 5. Khairul Amri, S.E., M.Si., selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah dan Seluruh Staf dan Dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
 6. Teristimewa kepada kedua orangtua saya dan juga kakak saya yang selalu memberikan cinta dan kasih sayangnya, semangat dan motivasi serta doa yang tiada hentinya.
 7. Kepada semua Responden, para pelaku UMKM yang telah membantu saya dalam memberikan jawaban-jawaban yang dengan itu meunjang kesuksesan skripsi saya, dengan bersedia mengisi kuesioner penelitian saya.
- Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga bantuan yang diberikan kepada penulis dibalaskan oleh Allah SWT.

Banda Aceh, 17 Desember 2024
Penulis

Fijar Andisa

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dammah	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	Fathah dan ya	Ai
َ و	Fathah dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ/يَ	Fathah dan alif atau ya	Ā
يِ	Kasrah dan ya	Ī
يُ	Dammah dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : qāla
رَمَى : ramā
قِيلَ : qīla
يَقُولُ : yaqūlu

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/
alMadīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Ṭalhah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Mīsr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Fijar Andisa
NIM : 200602068
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Pengaruh *Knowledge Management* Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah
(Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Kekinian Di Kota Banda Aceh)
Pembimbing I : Ayumiati, S.E., M.Si.
Pembimbing II : Azimah Dianah, S.E., M.Si., Ak.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di bidang makanan dan minuman saat ini sedang berkembang pesat, dengan produk yang beragam dan memiliki karakteristik unik, sering disebut sebagai makanan dan minuman kekinian. Dalam meraih keunggulan kompetitif, pengelolaan pengetahuan yang efektif sangat penting untuk menciptakan inovasi dan efisiensi dalam operasional. Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh *knowledge management*, inovasi produk baik secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan analisa penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini menemukan hasil bahwa *Knowledge Management* dan inovasi produk berpengaruh positif signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keunggulan kompetitif ditinjau dari etika bisnis syariah. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih berarti dalam memperkaya wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam memahami peran manajemen pengetahuan (*knowledge management*) dan inovasi produk dalam mendorong terciptanya keunggulan kompetitif.

Kata Kunci : *Knowledge Management*, Inovasi Produk, Keunggulan Kompetitif, Etika Bisnis Syariah

DAFTAR ISI

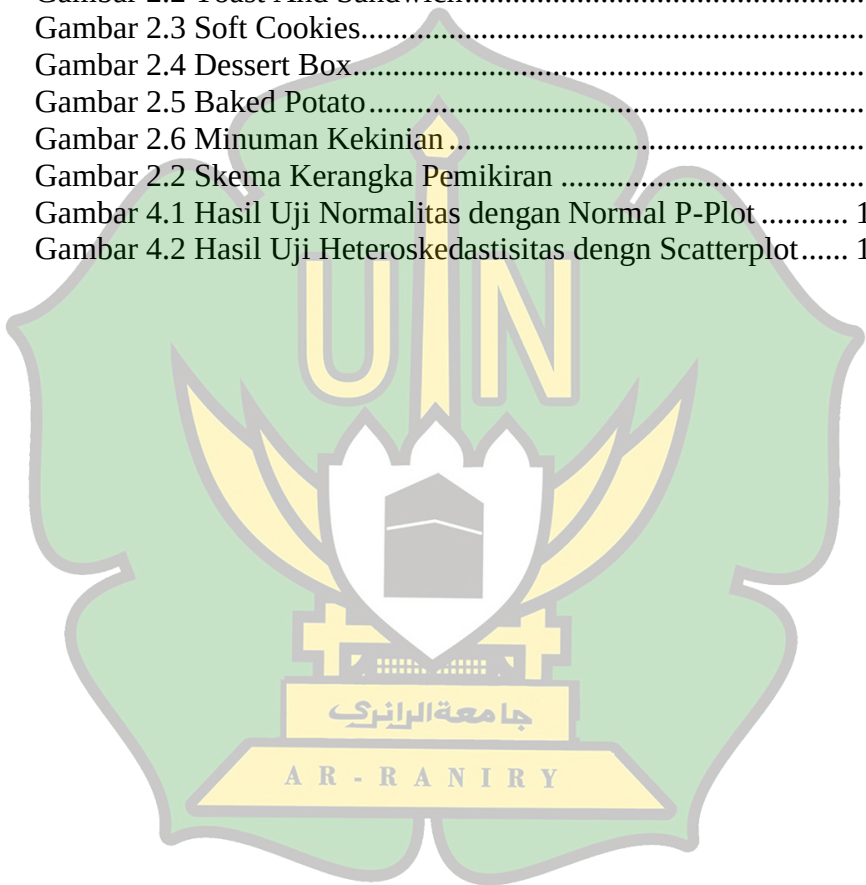
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYIAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYIAH SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI.....	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematis Penulisan	13
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 15
2.1 Keunggulan Kompetitif	15
2.1.1 Pengertian Keunggulan Kompetitif	15
2.1.2 Indikator Keunggulan Kompetitif.....	16
2.1.3 Keunggulan Kompetitif dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah	20
2.2 Etika Bisnis Syariah.....	23
2.2.1 Definisi Etika Bisnis Syariah.....	23
2.2.2 Indikator Etika Bisnis Syariah	27
2.3 <i>Knowledge management</i>	29
2.3.1 Pengertian <i>Knowledge management</i>	29
2.3.2 Indikator <i>Knowledge management</i>	35
2.3.3 Indikator <i>Knowledge Management</i> dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah	41
2.4 Inovasi Produk.....	44

2.4.1 Pengertian Inovasi Produk	44
2.4.2 Indikator Inovasi Produk	46
2.4.3 Inovasi Produk dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah	50
2.5 UMKM Sektor Makanan dan Minuman Kekinian	52
2.5.1 Pengertian Makanan dan Minuman Kekinian	52
2.5.2 Kriteria Makanan dan Minuman Kekinian	58
2.6 Penelitian Terdahulu	60
2.7 Keterkaitan Antar Variabel	71
2.7.1 Pengaruh <i>Knowledge management</i> terhadap Keunggulan Kompetitif	72
2.7.2 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif	73
2.8 Kerangka Pemikiran	75
2.9 Hipotesis	77
BAB III METODE PENELITIAN	79
3.1 Jenis Penelitian	79
3.2 Populasi dan Sampel	80
3.2.1 Populasi Penelitian	80
3.2.2 Sampel Penelitian	80
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	82
3.4 Definisi dan Operasional Variabel	83
3.5 Teknik Analisis Data	87
3.5.1 Uji Kualitas Data	87
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	88
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	90
3.6 Pengujian Hipotesis	91
3.6.1 Uji t (Parsial)	91
3.6.2 Uji F (Simultan)	92
3.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	94
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	94
4.2 Karakteristik Responden	97
4.3 Uji Kualitas Data	101
4.3.1 Uji Validitas	101
4.3.2 Uji Reliabilitas	102
4.4 Uji Asumsi Klasik	103

4.4.1 Uji Normalitas	103
4.4.2 Uji Multikolinieritas	104
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	105
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	106
4.6 Uji Hipotesis	108
4.6.1 Uji Parsial (Uji t)	108
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	110
4.6.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	110
4.7 Pembahasan	111
4.7.1 Pengaruh <i>Knowledge Management</i> Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Etika Bisnis Syariah	111
4.7.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Etika Bisnis Syariah	115
4.7.3 Pengaruh <i>Knowledge Management</i> dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Etika Bisnis Syariah	118
BAB V PENUTUP	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data UMKM Kota Banda Aceh menurut Kecamatan Tahun 2023.....	6
Gambar 2.1 Dimsum.....	54
Gambar 2.2 Toast And Sandwich.....	54
Gambar 2.3 Soft Cookies.....	55
Gambar 2.4 Dessert Box.....	55
Gambar 2.5 Baked Potato.....	56
Gambar 2.6 Minuman Kekinian.....	57
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran	75
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-Plot	104
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengn Scatterplot.....	106



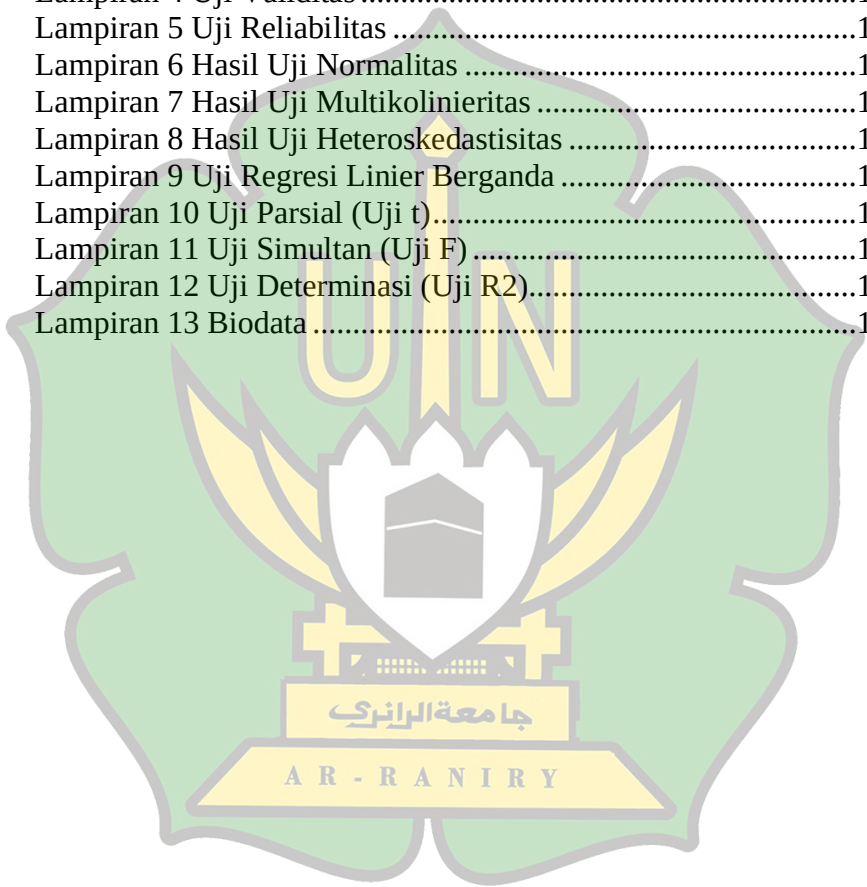
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	66
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	84
Tabel 4.1 Karakteristik Domisili	97
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	98
Tabel 4.3 Karakteristik Usia.....	99
Tabel 4.4 Karakteristik Pendidikan Terakhir	99
Tabel 4.5 Karakteristik Lama Usaha	100
Tabel 4.6 Karakteristik Jenis UMKM	100
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	101
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	103
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	105
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	107
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	109
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	110
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	111



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	131
Lampiran 2 Karakteristik Data Responden	139
Lampiran 3 Tabulasi Data Angket Penelitian.....	146
Lampiran 4 Uji Validitas	155
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	162
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	163
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas	163
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	164
Lampiran 9 Uji Regresi Linier Berganda	164
Lampiran 10 Uji Parsial (Uji t).....	164
Lampiran 11 Uji Simultan (Uji F)	166
Lampiran 12 Uji Determinasi (Uji R ²).....	167
Lampiran 13 Biodata	169



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa globalisasi, pertumbuhan ekonomi, perkembangan sistem keuangan serta kemajuan teknologi yang terus menerus pesat menuntut keahlian perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan secara efisien serta efektif dalam melaksanakan aktivitas operasional perusahaan. Adapun aktivitas operasional perusahaan yang dimaksud seperti penjualan, dimana perusahaan mendapatkan laba dari hasil aktivitas penjualan yang merupakan bagian paling utama dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. penjualan dikatakan efektif jika penjualan perusahaan mencapai hasil yang diharapkan bisa sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan (Andayani, 2021). Salah satu masalah yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia sebagai individu maupun sosial adalah etika. Etika sangat penting diterapkan oleh setiap manusia dalam segala hal termasuk dalam aspek jual beli untuk memenuhi kehidupannya. Penerapan etika memberikan manusia bagaimana cara untuk mengambil sikap serta tindakan yang tepat dalam menjalani hidup khususnya dalam bermuamalah (Muthmainnah, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk nyata dari aktivitas muamalah dalam Islam, yaitu segala aktivitas yang berkaitan dengan hubungan manusia dalam

aspek sosial, ekonomi, dan transaksi (Perdata, 2023). Dalam Islam, muamalah menitikberatkan pada prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, tanggung jawab, serta keberkahan dalam setiap kegiatan ekonomi, termasuk dalam pengelolaan usaha (Azzahra et al., 2024). UMKM tidak hanya menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan ekonomi individu atau keluarga, tetapi juga menjadi instrumen untuk menciptakan keseimbangan sosial melalui penyediaan lapangan kerja dan pemberdayaan masyarakat (Fatari et al., 2023). Dengan menjalankan usaha sesuai dengan nilai-nilai syariah, UMKM tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada terciptanya masyarakat yang sejahtera dan berkeadilan dalam kerangka ajaran Islam.

Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61%, atau senilai dengan Rp9.580 triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja (Menko Perekonomian, 2023). Kontribusi yang begitu besar ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, tetapi juga menjadi motor penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja. Potensi besar ini membuat banyak masyarakat tertarik untuk terjun ke dunia UMKM, baik sebagai solusi menghadapi tantangan ekonomi maupun sebagai peluang untuk menciptakan usaha yang berkelanjutan. Dengan modal yang relatif kecil namun peluang yang besar, UMKM menjadi daya tarik utama bagi berbagai

kalangan, dari pengusaha pemula hingga pelaku bisnis yang ingin memperluas usahanya (Hapsari et al., 2024).

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang terlibat dalam kegiatan UMKM, muncul tantangan baru yang harus dihadapi, yaitu menjaga persaingan agar tetap sehat dan terkendali atau yang lebih dikenal dengan keunggulan kompetitif (Nikmah & Siswahyudianto, 2022). Keunggulan kompetitif adalah kemampuan suatu bisnis atau organisasi untuk menciptakan nilai yang lebih besar bagi pelanggan dibandingkan dengan pesaingnya (Porter dalam Fatyandri et al., 2023). Keunggulan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menonjol di pasar dan mempertahankan posisinya, baik melalui kualitas produk, harga yang kompetitif, inovasi, atau layanan pelanggan yang unggul. Dalam menghadapi persaingan perusahaan haruslah merencanakan tawaran yang memuaskan konsumennya sebagai sasaran pasar yang lebih baik daripada tawaran pesaing. Oleh sebab itu, untuk menghadapi pesaing perusahaan bukan hanya melihat kebutuhan konsumen sasarannya tetapi juga harus memikirkan strategi dalam menghadapi pesaing agar lebih unggul (Siregar et al., 2024).

Namun, dalam meraih keunggulan kompetitif, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Pengelolaan pengetahuan yang efektif sangat penting untuk menciptakan inovasi dan efisiensi dalam operasional, serta mengembangkan produk yang relevan dengan pasar. Inovasi produk, kualitas produk dan

layanan, serta harga yang kompetitif juga menjadi faktor kunci dalam menarik konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka. Selain itu, strategi pemasaran dan branding yang tepat dapat memperkuat citra perusahaan, membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, dan menjaga daya saing di pasar yang terus berubah (Ma'sum, Inam, & Alpiansih, 2023). Semua faktor ini harus dikelola dengan bijak untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan usaha. Namun pada penelitian ini peneliti membatasi faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif hanya pada knowledge management dan inovasi produk (Putra, 2019).

Knowledge management dalam aspek keunggulan kompetitif memungkinkan UMKM untuk mengelola informasi secara efektif, baik dalam berbagi pengalaman maupun dalam mengembangkan strategi baru (Rahmadani, 2024). Sementara itu, inovasi produk menjadi kunci untuk menawarkan sesuatu yang berbeda dan bernilai tambah kepada konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing (Istifa, 2024). Dengan kombinasi yang tepat antara kedua faktor ini, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk bertahan di pasar yang kompetitif dan terus berkembang di era yang serba dinamis ini. Knowledge management atau manajemen pengetahuan adalah proses yang sistematis untuk mengelola, menyimpan, mengorganisasi, berbagi, dan memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki oleh individu atau organisasi. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kinerja

dan daya saing organisasi dengan memanfaatkan pengetahuan secara optimal (Devi & Naser, 2018).

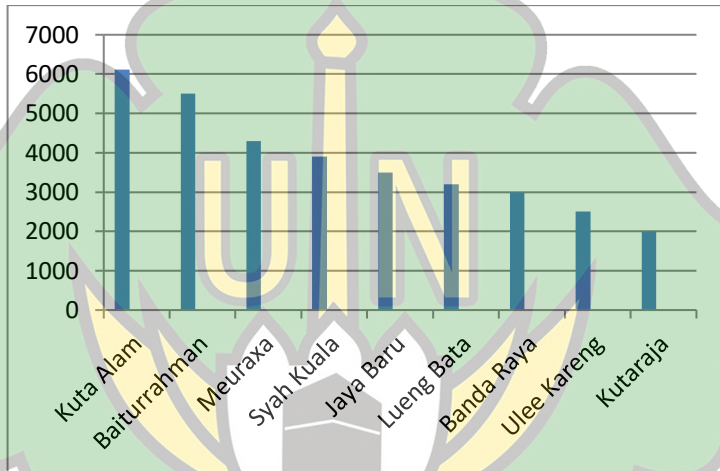
Inovasi produk juga memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan menciptakan produk yang unik atau meningkatkan kualitas produk yang ada, perusahaan dapat membedakan dirinya dari pesaing di pasar (Nikmah & Siswahyudianto, 2022). Inovasi yang tepat dapat memberikan nilai lebih bagi konsumen, baik dari segi fungsionalitas, desain, maupun pengalaman pengguna, yang pada akhirnya memperkuat posisi perusahaan di pasar. Selain itu, produk yang inovatif sering kali dapat membuka pasar baru atau meningkatkan loyalitas pelanggan, yang berkontribusi langsung pada peningkatan keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang (Wiwoho, 2019).

Saat ini, UMKM di bidang makanan dan minuman sedang berkembang pesat, dengan produk yang beragam dan memiliki karakteristik unik, sering disebut sebagai makanan dan minuman kekinian, yang dapat ditemukan di berbagai sudut kota. Berbagai jenis produk ini tentu harus memiliki kualitas yang baik agar dapat bersaing di pasar. Oleh karena itu, UMKM dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif dalam persaingan pasar (Budiman, 2020).

Secara umum perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, dengan total jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 34.428

unit. UMKM ini tersebar di sembilan kecamatan, yang berkontribusi besar terhadap perekonomian lokal. Penyebaran UMKM di Kota Banda Aceh bisa dilihat seperti gambar 1.1 dibawah ini (diskopukmdag.bandaacehkota.go.id, 2023).

Gambar 1.1
Data UMKM Kota Banda Aceh menurut Kecamatan Tahun 2023



Sumber: diskopukmdag.bandaacehkota.go.id

Dari gambar di atas, dapat kita lihat bahwa jumlah UMKM di Kota Banda Aceh pada tahun 2023 bervariasi di setiap kecamatan. Kecamatan Kuta Alam memiliki jumlah UMKM tertinggi, dengan lebih dari 6.000 UMKM. Diikuti oleh Kecamatan Baiturrahman yang juga memiliki jumlah signifikan, mendekati 6.000 UMKM. Kecamatan Meuraxa dan Syiah Kuala berada di posisi berikutnya dengan sekitar 4.000 UMKM. Sedangkan kecamatan lainnya seperti Jaya Baru, Lueng Bata, Banda Raya,

Ulee Kareng, dan Kutaraja memiliki jumlah UMKM yang lebih sedikit, berkisar antara 1.000 hingga 3.000 UMKM.

Pertumbuhan UMKM di Kota Banda Aceh menunjukkan perkembangan yang signifikan, sebagaimana terlihat pada data yang telah disajikan, yang menunjukkan jumlah UMKM mencapai ribuan unit. Namun, tidak semua pelaku usaha menerapkan atau memiliki pemahaman yang memadai mengenai manajemen pengetahuan (knowledge management) dan inovasi produk. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen pengetahuan dan inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat khususnya untuk UMKM makanan dan minuman kekinian. Selain itu, kajian ini juga akan mengintegrasikan perspektif etika bisnis syariah dalam manajemen pengetahuan dan inovasi produk untuk memberikan pendekatan yang lebih holistik dalam menghadapi tantangan pasar.

Industri makanan dan minuman kekinian di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dengan nilai pasar mencapai Rp 1.340 triliun pada 2022 (Kementerian Perindustrian, 2022). Namun, persaingan ketat dan perubahan selera konsumen yang cepat menimbulkan tantangan bagi pelaku usaha. Pengelolaan pengetahuan (knowledge management) dan inovasi produk menjadi kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Terlebih, konsumen muda yang sadar akan kesehatan dan nilai-nilai Islam meningkatkan permintaan produk makanan dan

minuman halal serta berkelanjutan. Konsep makanan dan minuman kekinian mencakup tren dan gaya hidup makan modern, ditandai oleh inovasi, kreativitas, dan estetika. Ciri khasnya meliputi penggunaan teknologi, media sosial, kualitas bahan, dan pengalaman kuliner unik. Trennya meliputi makanan cepat saji premium, minuman kopi dan teh unik, makanan sehat, street food, dan dessert inovatif. Nilai-nilai yang diprioritaskan adalah kualitas, pengalaman, dan interaksi pelanggan.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan terhadap 3 pelaku UMKM yaitu PaDiso, Coffee Station, dan Hellow Kitchen, mereka menyatakan bahwa jika pelaku UMKM memiliki manajemen pengetahuan yang baik, mereka akan lebih unggul dalam menghadapi persaingan pasar. Manajemen pengetahuan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan informasi dan pengalaman yang ada untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengembangkan produk yang relevan, serta membuat keputusan yang lebih tepat. Selain itu, pengusaha juga perlu memperhatikan etika dalam berbisnis, karena menjalankan usaha dengan prinsip yang adil, jujur, dan bertanggung jawab dapat membangun kepercayaan pelanggan dan menciptakan hubungan yang langgeng. Dengan menggabungkan pengetahuan manajemen yang baik dan etika bisnis yang kokoh, pelaku UMKM dapat mencapai keberhasilan jangka panjang dan memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif (Yusepa, et al., 2024).

Beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusuma dan Devie (2019) yang mendapati hasil bahwa Knowledge management berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Nasution et al., (2021) yang menyatakan bahwa manajemen pengetahuan (knowledge management) dan pembelajaran organisasi berpengaruh signifikan terhadap inovasi dan keunggulan bersaing.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Selamat (2023) mendapati hasil bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keunggulan bersaing, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2019) mendapati hasil bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Dari kedua penelitian tersebut peneliti menemukan gap research yang menjadi sebuah permasalahan dikarenakan secara penemuan terdahulu, inovasi produk memiliki hasil yang berbeda dari pengaruhnya terhadap keunggulan kompetitif untuk bersaing di pasar.

Berdasarkan uraian latar belakang dan juga paparan celah penelitian yang dipaparkan tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk dilakukannya penelitian yang meneliti variabel knowledge management (X_1) terhadap keunggulan kompetitif dan juga variabel inovasi produk (X_2) terhadap keunggulan kompetitif dengan berjudul **“Pengaruh Knowledge management Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif Dalam Perspektif**

Etika Bisnis Syariah (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Kekinian Di Kota Banda Aceh)". Pada penelitian ini penulis memilih 4 kecamatan dengan UMKM terbanyak di kecamatan tersebut yang akan diteliti yaitu kecamatan Kuta Alam, Baiturrahman, Meuraxa, dan Syiah Kuala dengan total 110 UMKM makanan dan kekinian di Kota Banda Aceh dikhususkan kepada empat kecamatan dengan UMKM terbanyak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *knowledge management* secara parsial terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh *knowledge management* dan inovasi produk secara simultan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah penelitian yang diungkapkan, di tentukan tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh *knowledge management* secara parsial terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Kota Banda Aceh.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Kota Banda Aceh.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh *knowledge management* dan inovasi produk secara simultan terhadap keunggulan kompetitif pada UMKM makanan dan minuman kekinian di Kota Banda Aceh?

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat penelitian dari judul skripsi yang diberikan, dibagi berdasarkan aspek teoritis, praktisi, dan kebijakan:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pengetahuan (*knowledge management*), inovasi produk, dan keunggulan kompetitif. Secara lebih spesifik, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang bagaimana konsep-konsep tersebut diterapkan dalam konteks UMKM makanan dan minuman dengan pendekatan etika bisnis syariah.
 - b. Penelitian ini juga berpotensi memperkaya literatur yang membahas peran etika bisnis syariah dalam

mempengaruhi pengelolaan pengetahuan dan inovasi produk untuk mencapai keunggulan kompetitif.

2. Secara Praktisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku UMKM makanan dan minuman di Kota Banda Aceh mengenai pentingnya penerapan *knowledge management* dan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing usaha.
- b. Dengan menggunakan perspektif etika bisnis syariah, penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi para pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara etis, sehingga mampu mencapai keunggulan kompetitif tanpa mengabaikan prinsip-prinsip Islam.
- c. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis kepada pelaku usaha dalam hal strategi inovasi yang berbasis pada nilai-nilai Islami yang dapat diterapkan dalam bisnis mereka.

3. Secara Kebijakan

- a. Penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait untuk menyusun kebijakan yang mendukung pengelolaan pengetahuan dan inovasi produk pada UMKM, khususnya di sektor makanan dan minuman kekinian.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi para pembuat kebijakan untuk merancang program pelatihan

atau dukungan yang relevan dengan kebutuhan UMKM di Kota Banda Aceh, khususnya dalam hal peningkatan daya saing melalui inovasi dan manajemen pengetahuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis syariah.

- c. Pemerintah juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini dalam merumuskan kebijakan yang mendukung penerapan etika bisnis syariah dalam aktivitas ekonomi di sektor UMKM.

1.5 Sistematis Penulisan

Sistematika penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga akhir penelitian. Susunan sistematika dalam penelitian ini dirinci sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan bagian awal dari penelitian ini yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah hingga sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang menjadi landasan penelitian ini dan bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang ada serta menyajikan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini, data atau informasi hasil penelitian disusun, dianalisis, dan dikaitkan dengan kerangka teori atau kerangka analisis sesuai dengan teori, sehingga menjelaskan dengan jelas bagaimana data hasil penelitian dapat memberikan

jawaban terhadap permasalahan dan tujuan pembahasan dalam konteks kerangka teori yang telah ditemukan

BAB IV Hasil Penelitian dan Analisis

Pada bab ini memuat hasil pengolahan dan analisis data dari proses pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB V Penutup

Pada bab ini, terdapat rangkuman dari hasil penelitian, saran, dan rekomendasi berdasarkan temuan penelitian.

