

ABSTRAK

Menggunakan studi kasus UKM sektor makanan dan minuman di Semarang, studi ini mengkaji dampak aliansi strategis dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan selanjutnya. UKM makanan dan minuman menghadapi persaingan yang semakin ketat di masa pandemi Covid-19. UMKM harus memiliki keunggulan kompetitif untuk bertahan dalam kondisi buruk. Studi ini mengkaji dampak aliansi strategis terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan UKM dalam industri makanan dan minuman di Kota Semarang. Inovasi produk mempengaruhi keunggulan kompetitif dan kinerja keuangan UKM dalam industri makanan dan minuman di Kota Semarang.

Populasi penelitian ini adalah UMKM Kota Semarang di industri makanan dan minuman yang membentuk aliansi strategis untuk bisnisnya. Sebanyak 130 UMKM makanan dan minuman ditemukan di Kota Semarang melalui penerapan teknik *purposive sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan metode SEM dengan bantuan program AMOS 24.

Temuan pengolahan data pada uji SEM full model telah memenuhi persyaratan kriteria *goodness of fit* yaitu, $\chi^2=292,425$, $CMIN/DF=1,099$, $probability=0,127$, $GFI=0,853$, $AGFI=0,82$, $TLI=0,987$, $CFI=0,989$, $RMSEA=0,028$. Dengan memenuhi persyaratan tersebut maka model penelitian layak untuk digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan dipengaruhi secara signifikan dan menguntungkan oleh aliansi strategis. Inovasi produk secara signifikan dan menguntungkan berdampak pada keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan. Dampak aliansi strategis terhadap kinerja perusahaan dan dampak inovasi produk terhadap kinerja perusahaan keduanya dapat dipengaruhi oleh keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Aliansi Strategis, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Kinerja Perusahaan