

ABSTRAK

Haus merupakan UMKM sektor minuman kekinian yang cukup fenomenal. Sejak berdiri pada Juni 2018 telah melakukan ekspansi ke seluruh Indonesia dengan jumlah cabang 221 dan lebih dari 500 armada Huling (Haus Keliling). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan manajemen pengetahuan terhadap keunggulan bersaing Haus. Pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas digunakan untuk mengevaluasi pengaruh inovasi produk dan manajemen pengetahuan terhadap keunggulan bersaing. Data dikumpulkan melalui kuesioner *online* yang didistribusikan kepada 180 konsumen Haus Jabotabek dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan inovasi produk dan manajemen pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap keunggulan bersaing.

Kata Kunci: Haus, Inovasi produk, Keunggulan bersaing, Manajemen pengetahuan.