

Pengaruh Inovasi Produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi

Hamka Nizar

Trustorini Handayani

hamkaanizar@gmail.com

trustorini.handayani@email.unikom.ac.id

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia
E-mail: hamkaanizar@gmail.com

ABSTRACT

This researcher conducted on the seller or manufacturer of industrial centers of spicy cassava chips Cimahi. The phenomenon is a decrease in the sales of spicy cassava chips due to a lack of product development factors in innovating the product impressed so that there is no change, even though the industrial centers of spicy cassava chips Canberra is already active and Excel in competition even the price of products that are on offer are affordable for consumers.

The purpose of this research is to know the responses of the respondents about product innovation, Product Differentiation and competitive advantage in the industrial centers of spicy cassava chips Cimahi either simultaneously or partial. The methods used in compiling the task late using descriptive method, a study that describes the State of the company ang actually. As for the technique of sampling conducted in this study using fieldwork (interviews, observation, questionnaire) and keputakaan studies.

Keyword: *product innovation, product differentiation, Competitive Advantage*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Kondisi persaingan di semua sektor bisnis di Indonesia pada saat ini semakin meningkat dengan pesat, perusahaan diharapkan mampu memilih strategi yang tepat untuk bisa bersaing dengan pelaku pasar lainnya di pasaran. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang nampak, terutama persaingan yang berasal dari perusahaann yang sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada, agar mampu bersaing dengan pihak pesaing, maka setiap perusahaan harus lebih berinovasi dalam meningkatkan mutu serta kualitas kompetensi dan kesiapan dalam hal berbisnis agar kemampuan perusahaan dalam mencapai keberhasilan dapat terwujud baik itu di bidang usaha yang besar ataupun usaha yang bersekala kecil dan menengah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat, sesuai dengan berita pada tahun lalu yang menyatakan bahwa "Saat ini, UMKM menyumbang terhadap PDB hingga 60,34 persen" ujar Iskandar Simongkir (Deputi Bidang Ekonomi Makro dan Keuangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian). (Sumber: www.liputan6.com). Menurut Sukirman (2017:114) Usaha kecil merupakan tumpuan yang diharapkan untuk mengambil stratgi dengan membuat usaha yang mandiri, sehat, kuat, bersaing serta mengembangkan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung perluasan lapangan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi.

Sentra Industri Keripik Singkong Pedas memiliki perkembangan yang cukup baik dalam hal produksi, namun perkembangan yang terjadi pada dunia usaha saat ini, Sentra keripik pedas mengalami beberapa kendala seperti munculnya pengusaha dibidang yang sama. Hal ini dapat mempengaruhi penjualan produk Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi ini. Berikut data penjualan Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mencoba untuk mengkaji lebih lanjut permasalahan ini dengan mengadakan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh inovasi Produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Keripik Singkong pedas Cimahi”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan tersebut maka pertanyaan penelitian yang akan diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden tentang Inovasi produk Pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.
2. Bagaimana tanggapan responden tentang Diferensiasi produk pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.
3. Bagaimana tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing baik secara parsial maupun secara simultan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana Inovasi Produk, diferensiasi produk, dan keunggulan bersaing di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi dan membandingkan dengan teori-teori dan pendapat para ahli tersedia.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai penelitian ini berdasarkan latar belakang identifikasi dan rumusan masalah yang dikemukakan diatas adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Inovasi Produk di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Diferensiasi Produk di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang Keunggulan Bersaing di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun secara simultan pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Kajian Pustaka

Inovasi Produk

Pengertian Inovasi Produk

Menurut Putu Sukarmen, et al (2013:66) merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsinya produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Produk yang memiliki kelebihan memiliki nilai tambah bagi konsumen.

Sedangkan menurut Nasution (2005:44) dalam Cynthia Vanessa Djodjoko dan Hendra N. Tawas (2014:1217) Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya.

Indikator Inovasi Produk

Lukas dan Ferrell (2000:240) dalam Cynthia Vanessa Djodjoko dan Hendra N. Tawas. (2014:1217) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

1. Perluasan Produk (Line Extensions) Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.
2. Peniruan Produk (Me Too Products) Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.
3. Produk Baru (New To The World Products) Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Diferensiasi produk

Pengertian Diferensiasi Produk

Menurut Kotler (2013:328), diferensiasi adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dengan awaran pesaing. Selanjutnya Kotler (2013:329) menyebutkan bahwa perusahaan dapat mendiferensiasikan tawaran pasarnya menurut 5 dimensi yaitu produk, pelayanan, personalia, saluran pemasaran atau citra.

Indikator Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah sebagai proses penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing (Kotler, 2013:362). Indikator diferensiasi produk menurut Kotler (2013:362) adalah:

1. Bentuk
2. Keistimewaan
3. Mutu kinerja
4. Daya tahan
5. Gaya
6. Rancangan

Keunggulan Bersaing

Pengertian Keunggulan Bersaing

Menurut Bharadwaj et al dalam Sensi Tribuana Dewi (2005:133), Keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sedangkan menurut Porter (2010) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah jantung kinerja bisnis untuk menghadapi persaingan.

Indikator Keunggulan Bersaing

Menurut Sensi Tribuana Dewi (2005:134) dalam Bagas Prakoso (2005) menyatakan bahwa beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah

- a. Keunikan Produk
- b. Kualitas Produk
- c. Harga bersaing

Kerangka Pemikiran

Hubungan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Akhmad Supriyanto, Hipni Rahman Sukrina dan M. Zainal Abidin (2017), bahwa inovasi produk secara langsung berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, sehingga para pengusaha perlu memperhatikan inovasi produk dalam menciptakan keunggulan bersaing karena adanya pengaruh.

Hubungan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Ria Nurlina, Suparta dan Sutjipta (2013) dimana ditemukan bahwa strategi diferensiasi merupakan mediator kunci yang mampu mengintegrasikan penguasaan lingkungan internal dan pelaksanaan rahasia jiwa kewirausahaan untuk menghasilkan peningkatan keunggulan kompetitif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk akan memberikan dampak terhadap keunggulan bersaing antar pelaku usaha dikarenakan diferensiasi merupakan mediator kunci yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Hubungan Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Sutrasnawati (2008) dalam penelitian Veri Agus Tomi, Imam Suroso dan N. Ari Subagio (2014), Keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan melakukan kompetisi produk (Inovasi, Variasi, dan Diferensiasi). Berdasarkan teori di atas untuk mencapai keunggulan dalam persaingan pelaku usaha harus mementingkan mengenai inovasi produk, variasi yang *up to date* dan diferensiasi.

pula hasil yang diperoleh oleh Veri Agus Tomi, Imam Suroso dan N. Ari Subagio (2014), bahwa Diferensiasi produk dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Karena dengan semakin tingginya diferensiasi produk akan berdampak pada tingginya keunggulan produk dalam bersaing.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pemikiran maka hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

A. Sub Hipotesis:

- H1: Inovasi Produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.
- H2: Diferensiasi Produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

B. Hipotesis Utama:

Terdapat pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif dan metode verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan metode penelitian ini peneliti akan mengetahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas tentang obyek yang akan diteliti.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yang diambil oleh peneliti yaitu Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. Maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas
Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk (X_1) dan Diferensiasi Produk (X_2)
2. Variabel Terikat
Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing (Y)

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Sampel

Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik Sampling jenuh, karena kurang dari 100 orang maka teknik sampling yang diambil adalah semua pelaku usaha Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi sebanyak 30 pelaku usaha. Teknik ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2008:122) Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif

Analisis ini membahas mengenai perkembangan Inovasi Produk, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing pada Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi.

Analisis Deskriptif Inovasi Produk

Hasil penelitian ini menghasilkan total skor dengan persentase pada variabel Inovasi Produk sebesar 55,78%, hasil skor tersebut berada pada kategori cukup baik. Dengan persentase tertinggi adalah Gaya dan Desain Produk sebesar 62.00% berada pada kategori cukup baik, sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah Kualitas Produk sebesar 48.67% berada pada kategori kurang baik.

Analisis Deskriptif Diferensiasi Produk

Hasil penelitian ini menghasilkan total skor dengan persentase pada variabel Diferensiasi Produk sebesar 56,44%, hasil skor tersebut berada pada kategori cukup baik. Dengan persentase tertinggi yaitu daya tahan Produk sebesar 68.67% berada pada kategori baik, sedangkan yang memiliki persentase terendah adalah gaya sebesar 50.00% berada pada kategori kurang baik.

Analisis Verifikatif

Uji Regres Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,905 menunjukkan bahwa ketika inovasi produk dan diferensiasi produk bernilai nol (0) dan tidak ada perubahan, maka keunggulan bersaing diprediksi akan bernilai sebesar 0,905 kali.
- b. Variabel X_1 yaitu inovasi produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,426, menunjukkan bahwa ketika inovasi produk mengalami peningkatan, diprediksi akan meningkatkan keunggulan bersaing sebanyak 0,426 kali.
- c. Variabel X_2 yaitu diferensiasi produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,380 menunjukkan bahwa ketika diferensiasi produk mengalami peningkatan, diprediksi akan meningkatkan keunggulan bersaing sebanyak 0,380 kali.

Uji Asumsi Klasik

Dalam mencari keabsahan analisis jalur, penelitian ini akan diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik, yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator yang baik. Adapun uji asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut :

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil pengujian dari olah data SPSS menghasilkan nilai signifikan Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,646 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki distribusi secara normal.

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Nilai tolerance yang diperoleh untuk kedua variabel bebas adalah sebesar > 0,10 dengan nilai VIF sebesar < 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji korelasi rank spearman, yaitu mengkorelasikan kedua variabel bebas dengan nilai absolute residual. Nilai signifikansi yang diperoleh masing-masing variabel > 0,05 yang menunjukkan bahwa varians residual dalam data bersifat homogen, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

Analisis Korelasi

a. Korelasi antara Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Nilai korelasi yang diperoleh antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing sebesar 0,603 berada dalam kelas interval antara (0,600 – 0,799), korelasi inovasi produk dengan keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi yang kuat. Nilai korelasi bertanda positif, menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin penerapan inovasi produk mampu diterapkan di perusahaan ini maka akan ada hubungan yang kuat pada keunggulan bersaing.

b. Korelasi antara Diferensiasi produk dengan Keunggulan Bersaing

Nilai korelasi yang diperoleh antara diferensiasi produk dengan keunggulan bersaing sebesar 0,661 berada dalam kelas interval antara (0,600 – 0,799), korelasi diferensiasi produk dengan keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi bertanda positif, menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin penerapan diferensiasi produk mampu diterapkan di perusahaan ini maka akan ada hubungan yang kuat pada keunggulan bersaing.

c. Korelasi antara Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Nilai korelasi yang diperoleh antara inovasi produk dan diferensiasi produk dengan keunggulan bersaing sebesar 0,730. Berada dalam kelas interval antara (0,61 – 0,80), korelasi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dengan keunggulan bersaing memiliki tingkat korelasi cukup tinggi. Nilai korelasi bertanda positif, menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Hal ini berarti semakin penerapan inovasi produk dan diferensiasi produk mampu diterapkan di perusahaan ini maka akan ada hubungan yang sedang pada keunggulan bersaing.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dalam bentuk persentase.

a. Koefisien Determinasi Parsial

Diketahui bahwa diferensiasi produk memberikan kontribusi paling dominan terhadap keunggulan bersaing dengan kontribusi yang diberikan sebesar 26,7%, sedangkan 26,6% lainnya diberikan oleh inovasi produk.

b. Koefisien Determinasi Simultan

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 53,3% hasil tersebut merupakan besarnya kontribusi dari inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing sedangkan sisanya sebesar 46,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial

a. Uji Hipotesis Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3,118 > nilai t_{tabel} 2,052, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini juga menunjukkan nilai Signifikan yang diperoleh sebesar 0,008 < 0,05. Artinya variabel inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

b. Uji Hipotesis Diferensiasi Produk dengan Keunggulan Bersaing

Diketahui bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3,120 > nilai t_{tabel} 2,052, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini juga menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh sebesar 0,000 < 0,05. Artinya variabel diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

c. Uji Hipotesis Secara Simultan

Diketahui bahwa f_{hitung} untuk X_1 dan X_2 sebesar $15,403 > f_{tabel} 3,354$, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini juga menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang didukung mengenai penelitian ini yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing di Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian mengenai Inovasi produk Sentra keripik Singkong Pedas Cimahi yang diukur dari tiga tingkatan kategori yang ditentukan peneliti yaitu kualitas produk, varian produk, dan gaya desain produk. Untuk indikator varian produk dan indikator gaya desain produk termasuk dalam kategori "Cukup Baik", sedangkan indikator terendah ada pada indikator kualitas produk dengan kategori "kurang baik". Hal ini dikarenakan produk yang dihasilkan daya tahannya atau ketahanan produknya tidak bisa bertahan terlalu lama disebabkan dari kemasannya tidak baik.
2. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Diferensiasi produk pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi di ukur melalui tiga indikator yaitu mengenai bentuk, gaya, daya tahan produk. Untuk indikator mengenai gaya dan daya tahan memperoleh persentase dengan kategori "Cukup Baik", sedangkan indikator terendah ada pada indikator bentuk dengan kategori "kurang baik". Hal ini sesuai dengan yang terjadi dilapangan pada Sentra keripik Singkong Pedas Cimahi bahwa pelaku usaha belum banyak melakukan pembedaan pada produknya yakni pada bentuk kemasan produk tersebut tidak bisa menarik minat konsumen.
3. Dari hasil analisis deskriptif pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas tanggapan responden terhadap variabel Keunggulan Bersaing pada Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi di ukur melalui tiga indikator yaitu keunikan produk, kualitas produk, harga bersaing. Untuk indikator kualitas produk memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori "baik", sedangkan indikator terendah adalah indikator keunikan produk dengan kategori kurang baik. Hal ini yang menyebabkan rendahnya skor keunikan produk adalah karena dalam hal keunikan produk dan ciri khas produk yang ada di sentra tersebut cenderung sama dengan para pesaingnya dan memiliki khasnya hanya terkenal pada rasa pedasnya saja.
4. Penelitian ini menyimpulkan adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing, hal ini ditunjukkan oleh uji hipotesis yang dinyatakan dengan adanya pengaruh yang positif dari inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing di Sentra Keripik Singkong pedas Cimahi.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh Inovasi produk dan Diferensiasi produk terhadap Keunggulan bersaing pelaku usaha di Sentra Industri Keripik Singkong Pedas Cimahi, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Pada Sentra Keripik Pedas Cimahi ini pelaku usaha diharapkan mampu meningkatkan kualitas produknya terlebih dalam permasalahan daya tahan produknya atau ketahanan produk keripik tersebut dengan cara memperbaiki kemasan yang salah satunya bisa membuat daya tahan produk keripik ini menjadi lebih baik, sebagai mana banyaknya produk keripik lain yang menggunakan plastik kedap udara seperti standing pouch.
2. Selain kemasan seperti standing pouch yang diharapkan mampu membuat daya tahan lebih lama, dalam hal bentuk kemasan ini pun sangat menarik dari segi penampilan diharapkan bisa menjadi pembeda dan nilai jual lebih produk keripik pedas tersebut, sebagai daya tarik bagi konsumen untuk dapat meningkatkan penjualan.
3. Dalam segi keunggulan bersaing pelaku usaha yang ada di Sentra ini cukup bersaing secara sehat, namun hal itu harus dibarengi dengan terobosan-terobosan baru yang dilakukan pelaku usaha diantaranya adalah dengan membuat keunikan tersendiri dari setiap produk yang dijualnya seperti membuat kemasan semenarik mungkin ataupun membuat level kepedasan dari nama nama yang unik dan menarik, agar menarik minat konsumen. Hal itu dilakukan untuk memberikan kekhasan bagi setiap produk yang dimiliki oleh pelaku usaha.
4. Inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap Keunggulan bersaing Sentra Keripik Singkong Pedas Cimahi memiliki pengaruh yang signifikan. Maka dari itu pelaku usaha diharapkan lebih mampu menerapkan dan mengembangkan faktor-faktor tersebut dalam rangka meningkatkan penjualan setiap pelaku usaha.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Aang Curatman, Rahmadi, Soesanty Maulany, Mastur Mujib Ikhsani. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon*. Jurnal Logika, Vol XVIII, No 3, Desember 2016 p-ISSN: 1978-2560. www.jurnal.unswagati.ac.id e-ISSN: 2442-5176.
- Akhmad Supriyanto, Hipni Rahman Sukrina, M. Zainal Abidin. 2017. *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada UMKM Kopiah Haji Di Kabupaten Hulu Sungai Tengah)*. Prosiding Seminar Nasional AIMI ISBN: 978-602-98081-7-9 Jambi, 27 – 28 Oktober 2017.
- Ali Hasan (2009). *Marketing*. Jogyakarta : MedPress (Anggota IKPI).
- Amelia Setyawati, Umar Nimran, Moch. Zulkhirom, Sri Kandi Kumadji. 2014. *Effect of Strategic Decision, Innovation, and Information Technology Adoption on Competitive Advantages and MSME Performance Studies at MSME Food and Beverage Industry Sector in Bandung Raya*. European Journal of Business and Management www.iiste.org. ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online). Vol.6, No.35, 2014.
- A.W. Tunggal. 2011. *Manajemen Logistik dan Supply Chain Management*. Harvarindo. 88 hal.
- Bagas Prakosa. 2005. *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing*. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Volume 2 No. 1 Diakses pada Maret, 2018.

- Barker et al. 2002. *Research Methods In Clinical Psychology*. John Wiley & Sons Ltd. England.
- Cynthia Vanessa Djodjoko, Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado*. ISSN 2303- 1174.
- Djamaludin Ancok. 2012. *Psikologi Kepemimpinan & Inovasi : Modal Kepemimpinan*. Jakarta: Erlangga.
- Dejawa, Thariz Baharmal dkk. *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal. Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. 2014.
- Eddy Soeryanto Soegoto. 2014. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*. Kompas Gramedia. Edisi Revisi ke-2.
- Ernani Hadiyati. 2011. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.13, No. 1.
- Fransisca Mulyono. 2008. *Inovasi : Sebuah Pengantar*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 4, No. 2. ISSN 0216-1249.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometri Dasar. Terjemahan: Sumarno Zain*. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, Damodar. 2005. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- I Made Wirartha. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 13, Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.
- Mirza. 2011. *Pengaruh Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal Terhadap Strategi Bersaing dan Strategi Kemitraan serta Dampaknya Pada Keunggulan Bersaing dan Implikasinya Pada Kinerja Industri Kecil dan Menengah di Sumatera Barat*. Indonesian Journal of Economics'and Business Vol. 1, No. 3, Desember. ISSN: 2089-919X.
- Nicky Hannry Ronaldo Tampi. 2015. *Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan Dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT. Telkomsel Grapari Manado)*. Jurnal EMBA. Vol.3 No.4 Desember 2015, Hal. 68-81. ISSN 2303-1174.