

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu prioritas di Indonesia, di era kemajuan teknologi serta ilmu pengetahuan dimana keunggulan bersaing dalam berbisnis yang semakin ketat. Para pelaku usaha diuntut untuk lebih berinovasi sebagai upaya menjadi lebih unggul dalam berbisnis untuk menghadapi persaingan dipasaran, sehingga dalam hal tersebut keunggulan para pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan juga keinginan para pelanggan.

Setiap pelaku usaha dituntut untuk menggali potensi dan juga mampu untuk berinovasi dengan semaksimal mungkin supaya dapat tercapainya keinginan dan juga kebutuhan dengan menjalankan usahanya, tidak hanya itu juga pelaku usaha harus memiliki suatu keyakinan atau kepercayaan diri mengenai kemampuan seseorang untuk mengorganisasikan, melakukan suatu tugas serta tercapainya suatu tujuan untuk menghasilkan sesuatu serta mengimplementasikan tindakan untuk mencapai kecakapan tertentu.

Terutama persaingan yang berasal dari perusahaan yang sejenis, membuat pelaku bisnis 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 pelaku usaha harus lebih berinovasi dalam meningkatkan mutu produk dan kemampuan 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.

Distro Bandung adalah sebuah gerakan atau komunitas di kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia, yang memiliki fokus pada kegiatan kreatif, seni, dan pemberdayaan masyarakat. Distro sendiri merupakan singkatan dari "distribution store" yang pada awalnya merujuk pada toko-toko yang mendistribusikan produk-produk musik independen. Namun, dalam konteks Distro Bandung, istilah ini lebih luas mencakup berbagai jenis kegiatan kreatif (Media, 2021).

Distro Bandung juga memiliki peran penting dalam menghidupkan industri kreatif di kota Bandung. Banyak dari toko-toko distro ini menjadi ruang komunitas tempat para seniman dan perancang dapat berkumpul, bertukar ide, dan saling mendukung. Dalam beberapa tahun terakhir, distro-distro Bandung juga semakin berperan sebagai pusat kegiatan seni dan budaya, dengan mengadakan pameran seni, konser musik, pertunjukan teater, diskusi, dan berbagai acara lainnya.

Secara keseluruhan, Distro Bandung merupakan salah satu contoh nyata dari komunitas kreatif yang aktif dan berdaya di Indonesia. Gerakan ini telah memberikan ruang bagi para seniman, perancang, dan individu kreatif lainnya untuk berkembang dan berkolaborasi. Distro Bandung tidak hanya berkontribusi pada perkembangan seni dan budaya lokal, tetapi juga menjadi inspirasi bagi gerakan-gerakan serupa di kota-kota lain di Indonesia. Berikut adalah jumlah gerai distro yang ada di kelurahan Citarum :

**Tabel 1.1**

**Jumlah Gerai Distro Kecamatan Citarum Kota Bandung**

1. Cosmic	25. Skaters
2. Word Treatment Dept	26. Loudn Clear
3. Unkl 347	27. Heaven Skate Board
4. Stash	28. Yesterdayl
5. Insurgent Club's House Of Pleasure	29. Voundutch
6. Beat Box	30. Owners & Company
7. Screamous	31. Babbles Jeans.Co
8. Pot Meets Pop Denim	32. Whstl
9. Philipworks	33. Bloods
10. Upgears	34. Mores
11. Ashboel	35. Good Bye Ex
12. Garis Club	36. Wised
13. Pass The Trend	37. Someone
14. Commence	38. Wormhome
15. Heavyweight Studio	39. Wowl Street Wear
16. The Dndeye	40. Pop Up Store By Paper
17. Pride N Joy	41. Mrjn
18. Roof Air	42. Soulfifteen
19. Russ	43. Ngt
20. House Of Smith	44. Evil
21. Six Pax	45. Meedle
22. Flo	46. Blank Wear
23. Silber Side	47. Starcross
24. Geof Maxx	48. Sch

*Sumber : Peneliti (2023)*

Kawasan-kawasan distro tersebut tentunya sudah dikenal oleh masyarakat umum. Namun yang lebih mendapatkan perhatian bagi penulis dalam penulisan ini adalah distro kelurahan citarum kecamatan bandung wetan kota bandung. Selain karena kawasan ini adalah kawasan distro yang menawarkan berbagai model,

dengan melakukan keunggulan bersaing, pelaku usaha berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya.

Akan tetapi berdasarkan google review masih terdapat beberapa masalah yang terjadi di distro kelurahan citarum kota bandung, khususnya dalam hal ini mengenai inovasi produk. Hal ini dibuktikan dengan ulasan pada Google Maps yang diberikan oleh sebagian pelanggan Distro Kelurahan Citarum Bandung, Pelanggan mengaku ada beberapa faktor yang mempengaruhi ketidaksesuaian pada kualitas bahan dan penurunan kualitas pada sablonan yang menyebabkan pelanggan kecewa dan membuat tidak ingin berkunjung kembali. Menurut (Ramadhan, 2023 ) selaku pelaku usaha dan ketua paguyuban distro yang beralamat di jalan sultan agung, pelaku usaha distro tidak melakukan pengembangan produk, sehingga terkesan monoton tidak ada perubahan.



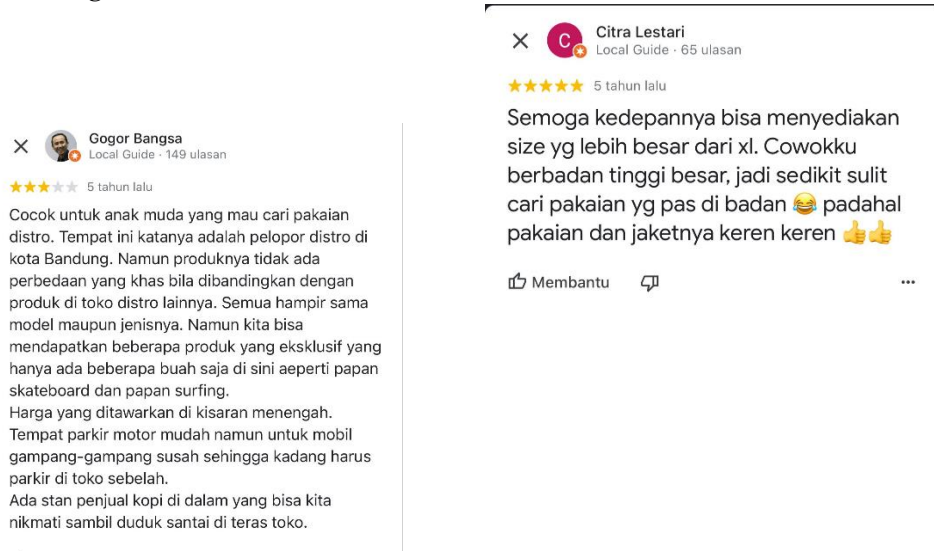
*Sumber : Google Review*

### **Gambar 1.1 Ulasan Google Review Distro Kelurahan Citarum Bandung**

Hal ini di buktikan melalui google review produk yang ditawarkan tidak ada perbedaan yang khas dari distro dan hampir semua produk yang ditawarkan sama modelnya dan sejenis oleh karena itu sebagian konsumen memilih untuk melihat-melihat saja bukan untuk membeli, selain itu ukuran yang tidak lengkap membuat

konsumen kurang tertarik pada produknya dan konsumen kesulitan untuk mencari ukuran yang big size.

Sumber : Google Review



**Gambar 1.2 Ulasan Google Review Distro Kelurahan Citarum Bandung**

Dilansir pada (www.republika.co.id, 2017) melihat perkembangan distro di kelurahan citarum yang saat ini mulai menurun pelaku usaha sangat tidak cerdas untuk menjual produk unggulannya untuk bersaing.

Dilansir (www.finance.detik.com, 2022) fenomena yang terjadi pada pelaku usaha distro kelurahan citarum adalah sejak awal tahun mengalami penurunan anjlok 30% hingga 40% sehingga pelaku usaha menutup distronya, di tengah persaingan bisnis akan banyak produk serupa yang beredar Sehingga disetiap bulannya mengalami penurunan omzet. Hal ini dibuktikan pada google review koleksi produk yang ditawarkan harganya terlalu mahal dari distro lainnya, selain itu menurunnya kualitas pada gambar dan bordiran produk harga yang ditawarkan sama dengan yang biasa dijualnya.



Ahmad Burhanudin

47 ulasan di Bandung

★★★★☆ 3 tahun lalu

Koleksi kurang banyak, harga lebih mahal dari distro lainnya..



Hadi Nugraha

Local Guide · 176 ulasan

★★★★☆ setahun lalu

Sangat jauh sekali dari harga, dan gambarnya klo dulu gambarnya bagus dan ber ciri khas,klo sekarang gambar jelek harga mahal padahal bahan sama dwngan yang dulu,

*Sumber : Google Review*

### **Gambar 1.3 Ulasan Google Review Distro Kelurahan Citarum Bandung**

Dengan demikian pelaku usaha menyadarkan untuk mencari terobosan yang inovatif guna merebut pangsa pasar. Kunci penting untuk sarana bertahan dalam keunggulan bersaing terletak pada kemampuan pelaku usaha untuk menciptakan inovasi berkelanjutan, fokus pada kualitas, pemahaman tentang pasar dan keunggulan produk persaingan. Inovasi produk merupakan salah satu variabel yang sangat penting untuk sarana bertahan dalam persaingan, bukan hanya untuk menghadapi kondisi persaingan bisnis yang semakin meningkat. Inovasi produk seharusnya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis, sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya.

Dalam penelitian kali ini penulis mengadakan penyebaran kuisioner awal sebanyak 20 responden untuk survey awal. Berikut adalah hasil survey awal penulis terhadap pelaku usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.2**

**Survey Awal Inovasi Produk Pada Pelaku Usaha Distro Kelurahan  
Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung**

	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	Presentase	Tidak	Presentase
1	Apakah produk usaha anda memperluas target pasar dalam melakukan penjualan	15	75%	5	25%
2	Apakah anda dapat memodifikasi produk pesaing	18	90%	2	10%
3	Apakah anda mampu membuat produk baru dengan desain yang berbeda	17	85%	3	15%
4	Apakah produk anda selalu melakukan perbaikan terhadap produk yang sudah ada	8	40%	12	60%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha distro kelurahan citarum bandung, mengenai inovasi produk pada poin yang keempat, pertanyaan berkaitan dengan perbaikan produk yang sudah ada.

Sebanyak 60% pelaku usaha menjawab bahwa mereka tidak setuju, karena Teknologi terus berkembang dengan cepat dan ini akan terjadi bagi pelaku usaha untuk memperbarui produk mereka agar tetap relevan dan bersaing di pasar. Pelaku usaha tidak terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, maka dari itu produk akan tertinggal dan pelanggan mungkin beralih ke pesaing yang menawarkan produk yang lebih baik. Pelaku usaha tidak dapat menemukan cara-cara baru untuk meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi biaya, atau meningkatkan keamanan produk. Pelaku usaha tidak dapat meningkatkan daya saingnya dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Sebanyak 40% pelaku usaha menjawab setuju dengan melakukannya perbaikan produk yang sudah ada, karena pelaku usaha juga perlu melakukan perbaikan pada produk yang sudah ada untuk menjaga keandalan dan fungsionalitasnya.

Kemudian fenomena selanjutnya mengenai inovasi produk yang dikutip dari Google Review terdapat ulasan pelanggan distro kelurahan citarum yang membahas mengenai pengalaman konsumen yang akhirnya akan mempengaruhi keunggulan bersaing. Konsumen mengaku ada beberapa faktor yang mempengaruhi seperti kualitas desain yang menurun kemudian tidak ada perubahan kualitas bahan dan sablonan kaos yang menyebabkan kekecewaan pada produk tersebut, kemudian pelaku usaha tidak memperbaiki kesalahan yang sudah terjadi. Sehingga hal ini mengindikasikan temuan bahwa konsumen belum sepenuhnya puas produk yang di tawarkan penjual.



**Gambar 1.4 Ulasan Google Review Distro Kelurahan Citarum Bandung**

**Tabel 1.3**  
**Survey Awal Diferensiasi pada Pelaku Usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung**



Pertanyaan		Jawaban			
		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah produk yang dibuat mempunyai ukuran yang beragam	8	40%	12	60%
2	Apakah produk yang dihasilkan anda unik dan berbeda dengan yang lain	4	20%	16	80%
3	Apakah produk yang dihasilkan mempunyai ciri khas?	17	85%	3	15%
4	Apakah kualitas produk yang dihasilkan sudah sesuai?	18	90%	2	10%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha distro kelurahan citarum bandung, mengenai diferensiasi produk pada poin yang pertama, pertanyaan berkaitan dengan produk memiliki ukuran yang beragam.

Sebanyak 60% pelaku usaha menjawab bahwa mereka tidak setuju, karena Beberapa distro memiliki target pasar yang melayani segmen pasar tertentu yang memiliki ukuran yang serupa. Setiap ukuran membutuhkan pola dan produksi yang terpisah, dan memiliki terlalu banyak variasi ukuran dapat meningkatkan kompleksitas dalam mengelola persediaan, untuk mengoptimalkan efisiensi produksi dan menghindari biaya tinggi, distro memutuskan untuk fokus pada beberapa ukuran yang paling umum dan diminati oleh konsumen. Beberapa merek atau distro mungkin memiliki visi desain yang spesifik dan ingin mempertahankan identitas mereka melalui ukuran baju yang konsisten.

Sebanyak 40% pelaku usaha menjawab setuju dengan memiliki ukuran produk yang beragam karena, Dengan memiliki ukuran yang beragam, pelaku usaha distro

dapat menjangkau berbagai segmen pasar yang berbeda. Dengan menyediakan berbagai ukuran, pelaku usaha distro dapat menarik pelanggan yang lebih banyak. Dengan memenuhi berbagai ukuran, distro dapat memperluas pangsa pasar dan menarik pelanggan yang beragam.

Mengenai Diferensiasi produk pada poin yang kedua, pertanyaan berkaitan dengan produk yang dihasilkan unik dan berbeda dengan yang lain.

Sebanyak 80% pelaku usaha menjawab bahwa mereka tidak setuju, karena produk sering kali memiliki karakteristik yang sama atau sangat mirip satu sama lain. Beberapa konsumen mungkin tidak terlalu memperhatikan produk itu unik lebih memilih produk yang terbukti. Produk yang unik dan berbeda dengan yang lain itu sangat sulit ditemukan atau memiliki harga yang sangat tinggi. Ini dapat membuat beberapa konsumen lebih memilih produk yang lebih umum dan mudah diakses.

Sebanyak 20% pelaku usaha menjawab setuju dengan memiliki produk yang unik dan berbeda dengan yang lain, karena pada produk masih dianggap penting dan bisa menjadi keuntungan keunggulan bersaing. Banyak konsumen mencari produk yang unik, berbeda, atau memberikan nilai tambah yang spesifik. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk memahami pasar serta mempertimbangkan strategi yang tepat untuk menghasilkan produk dengan ciri khas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kemudian fenomena selanjutnya mengenai diferensiasi produk yang dikutip dari Google Review terdapat ulasan pelanggan distro kelurahan citarum yang membahas mengenai pengalaman konsumen yang akhirnya akan mempengaruhi

keunggulan bersaing. Konsumen mengaku ada beberapa faktor yang mempengaruhi seperti ukuran yang tidak lengkap yang membuat konsumen enggan untuk membelinya lagi karena ukuran yang tidak lengkap, perbedaan pada saat berbelanja yang tidak mendapatkan stikernya.



Sumber : Google Review

**Gambar1.5 Ulasan Google Review Distro Kelurahan Citarum Bandung**

**Tabel 1.4**

**Survey Awal Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung**

Pertanyaan	Jawaban
------------	---------

		Ya	Persentase	Tidak	Persentase
1	Apakah harga yang diberikan sudah dapat bersaing dipasaran	15	75%	5	25%
2	Apakah produk yang dihasilkan mampu untuk bertahan dari ancaman pesaing	2	10%	18	90%
3	Apakah produk anda sudah inovatif dibandingkan dengan produk lain	4	20%	16	80%
4	Apakah produk yang dihasilkan mempunyai style mengikuti pasar	18	90%	2	10%

Berdasarkan survey awal yang dilakukan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada pelaku usaha distro kelurahan citarum bandung, mengenai keunggulan bersaing pada poin yang kedua, pertanyaan berkaitan dengan produk yang dihasilkan mampu untuk bertahan dari ancaman pesaing.

Sebanyak 90% pelaku usaha menjawab bahwa mereka tidak setuju, karena Produk distro tidak memiliki fitur atau keunikan yang membedakannya dari pesaing, pelanggan mungkin cenderung memilih merek atau produk lain yang menawarkan sesuatu yang lebih istimewa. Jika pesaing menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah atau promosi yang lebih menarik, pelanggan mungkin cenderung beralih ke pesaing tersebut. Persaingan harga dapat menjadi ancaman yang serius bagi produk distro, terutama jika distro tersebut tidak dapat menawarkan nilai yang sebanding atau memiliki biaya produksi yang tinggi.

Sebanyak 20% pelaku usaha menjawab setuju dengan produk mampu bertahan dari ancaman produk lain, karena dalam industri distro yang sangat kompetitif, penting untuk menonjol dan menawarkan sesuatu yang berbeda untuk menarik pelanggan. Jika produk distro tidak memenuhi standar kualitas yang diharapkan

oleh pelanggan, mereka mungkin akan mencari merek lain yang menawarkan produk yang lebih baik. Kualitas bahan, desain, dan konstruksi produk sangat penting dalam menciptakan kepercayaan pelanggan dan mempertahankan basis penggemar yang setia.

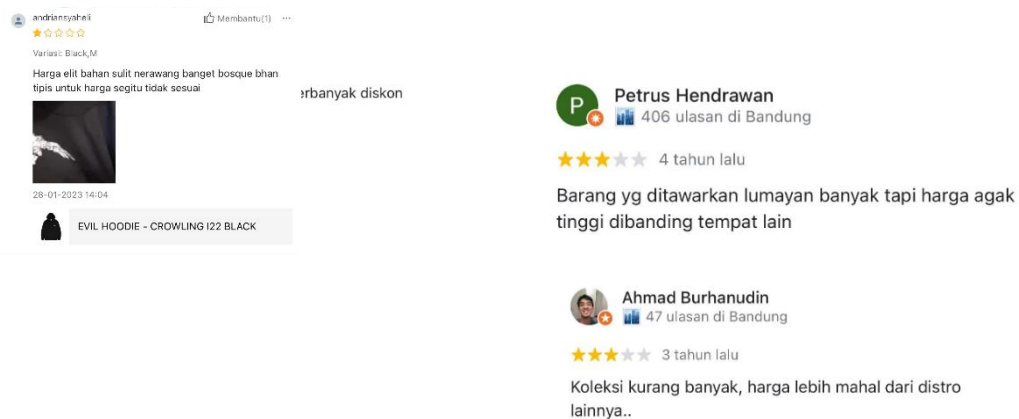
Mengenai keunggulan bersaing pada poin yang ketiga, pertanyaan berkaitan dengan produk anda sudah inovatif dibandingkan dengan produk lain.

Sebanyak 80% pelaku usaha menjawab bahwa mereka tidak setuju, karena pelaku usaha distro tidak memberikan perhatian yang cukup pada riset dan pengembangan, maka pelaku usaha tidak memiliki sumber daya atau waktu yang cukup untuk mengeksplorasi ide-ide baru atau mengembangkan produk yang inovatif. Kurangnya kolaborasi dengan pihak luar seperti mitra, pemasok, universitas, atau komunitas industri dapat memperluas wawasan dan sumber daya distro.

Sebanyak 20% pelaku usaha menjawab setuju, karena memiliki budaya yang mendorong kreativitas dan inovasi, maka karyawan dan tim pengembangan produk merasa didorong untuk mencoba hal baru atau berpikir di luar kebiasaan.

Kemudian fenomena selanjutnya mengenai keunggulan bersaing yang dikutip dari Google Review terdapat ulasan pelanggan distro kelurahan citarum yang membahas mengenai pengalaman konsumen yang akhirnya akan mempengaruhi pada distro tersebut. Konsumen mengaku ada beberapa faktor yang mempengaruhi seperti harga yang tidak sesuai dengan produk yang dibelinya, model yang biasa

saja dan tidak memiliki keunikan pada produk, koleksi pada produk sangat minim sekali serta sering kali membuat konsumen kecewa atas produknya.



Sumber : Google Review

### **Gambar 1.6 Ulasan Google Review Distro Kelurahan Citarum Bandung**

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk dan Deferensiasi yang dimiliki pelaku usaha tidak sepenuhnya ada dalam pengaplikasian proses untuk mengembangkan usaha mereka agar bisa terus berkembang serta maju, maka penulis tertarik untuk meneliti dan dituangkan dalam skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku Usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung”.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis melakukan identifikasi masalah dari latar belakang penelitian yang berjudul Pengaruh Inovasi Produk dan Deferensiasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku

Usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung, Maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang terjadi, sebagai berikut:

1. Dalam variabel inovasi produk, pelaku usaha belum sepenuhnya perubahan inovasi produk terutama dalam perbaikan produk yang sudah ada, kualitas bahan dan sablonan pada produk yang menurun sehingga membuat kekecewaan pada konsumen, pelaku usaha tidak memperbaiki kesalahan pada produk yang sudah ada.
2. Dalam variabel diferensiasi produk, pelaku usaha tidak memiliki ukuran yang big size sehingga konsumen memilih distro lainnya, disetiap distro memiliki perbedaan yaitu tidak memberikan stiker pada konsumen yang sudah membeli produknya, pelaku usaha tidak melakukan pengembangan produk sehingga produk yang di hasilkan sama seperti distro lainnya.
3. Dalam variabel keunggulan bersaing, pelaku usaha tidak cerdas untuk menjual produk unggulannya di pasaran akibatnya disetiap bulannya omzet menurun, harga yang di tawarkan sangat berbanding terbalik pada kualitas produk, produk yang ditawarkan tidak memiliki ciri khas, koleksi pada produk yang sangat minim.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang Inovasi produk pada Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

2. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang Diferensiasi produk pada Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan pelaku usaha tentang Keunggulan Bersaing pada Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing baik secara parsial maupun secara simultan pada Pelaku Usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi yang diperlukan sebagaimana yang digambarkan dalam perumusan masalah mengenai Pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang Inovasi Produk pada Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang Diferensiasi Produk pada Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan pelaku usaha tentang Keunggulan Bersaing pada Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing baik secara parsial maupun simultan pada Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.



## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Dari hasil penelitian ini penulis mengharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu peneliti ini sebagai bahan masukan bagi pihak pelaku Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung atau bahan analisis dalam mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Diferensiasi terhadap Keunggulan Bersaing pada Pelaku Usaha Distro Kelurahan Citarum Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

#### **1. Bagi Universitas**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta referensi untuk kampus Universitas Komputer Indonesia khusus nya pada prodi manajemen.

#### **2. Bagi Peneliti Lain**

Bagi penelitian lain diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat dan juga menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **3. Bagi Pelaku Usaha**

Diharapkan Pelaku usaha dapat mengimplementasikan untuk mengembangkan usaha nya dan juga kinerja usahanya lebih meningkat lagi.

#### **4. Bagi Penulis**

Bagi penulis yaitu, untuk menambah pengetahuan serta menambah wawasan penulis mengenai inovasi produk dan diferensiasi produk terhadap keunggulan bersaing yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha.



