

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kualitas Produk

Menurut **Goetsch dan Davis (2002)** dalam **Irvan (2015:8)** bahwa “Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut **Lupiyoadi (2001:158)** menyatakan bahwa Kualitas produk yaitu Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Menurut **A.V. Feignbaum (2000:12)** dalam **Irvan (2015:8)** bahwa “Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang memuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan”.

Menurut **Gasper Z** yang dikutip dari buku Jurnal Mutu Proyek Pembangunan Gedung **(2004:4)** kualitas mempunyai definisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari produk seperti performansi (*Performance*), keandalan (*Reliability*), mudah didalam penggunaan (*Easy of use*) dan estetika (*Aesthetic*).

Menurut **Kotler (2002)** dalam **Irvan (2015:8)** bahwa “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Dari uraian diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang saling berhubungan meskipun dapat memiliki definisi yang berbeda tetapi produk pada intinya memiliki suatu spesifikasi terhadap suatu barang dan/ atau jasa yang dapat menimbulkan kepuasan yang memenuhi atau melebihi harapan bagi konsumen yang menggunakannya.

2.1.1.1 Pendekatan Kualitas Produk atau Perspektif Kualitas

Ada lima pendekatan Kualitas Produk atau Perspektif Kualitas, diantaranya:

1. Transcendental Approach

Berdasarkan definisi kualitas diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap barang atau jasa, diukur berdasarkan persyaratan pelanggan, artinya bahwa dinyatakan atau tidak dinyatakan, disadari atau hanya dirasakan, secara teknis atau bersifat subjektif, dapat mewakili sasaran yang bergerak dalam pasar yang penuh persaingan.

2. Product – based Approach

Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas produk mencerminkan perbedaan dalam jumlah unsur atau atribut yang dimiliki produk, karena pandangan sangat obyektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam serta, kebutuhan, dan

preferensi individu.

3. *User - based Approach*

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas produk tergantung pada orang yang menggunakannya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang misalnya (*perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subyektif ini juga menyatakan bahwa konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula. Dengan demikian, kualitas produk bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakan.

4. *Manufacturing-based Approach*

Perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perindustrian dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas produk sama dengan persyaratannya (*conformance to requirements*). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitas bersifat operation-driven. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan pendekatan biaya. Kesimpulannya, yang menentukan kualitas produk adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen.

5. *Value-based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas produk dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara produk dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “*Affordable excellence*”. Kualitas produk dalam perspektif ini bersifat relatif sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Tetapi, yang berani adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli.

2.1.1.2 Dimensi Kualitas Produk

Menurut **Garvin** dalam **Ahmad Iskandar, Nurjanah (2016:34)** ada 8 dimensi produk yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas barang, sebagai berikut:

Menurut **David Garvin dan Lovelock** dalam buku karya **Fandy Tjiptono (2000:7)** terdapat 8 dimensi kualitas produk yaitu :

1. Kinerja (*Performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional dari barang itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan oleh pelanggan ketika ingin membeli suatu barang.

2. Keandalan (*Reliability*)

Berkaitan dengan probabilitas atas kemungkinan suatu barang melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan barang.

3. Keistimewaan Tambahan (*feature*)

Aspek yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan –pilihan dan pengembangannya.

4. Keawetan (*Durability*)

Ukuran masa pakai suatu barang, berkaitan dengan daya tahan dari produk itu sendiri.

5. Konformasi (*Conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan.

6. Keindahan (*Aesthetic*)

Merupakan karakteristik yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi refleksi preferensi individual. Dengan demikian estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu.

7. Kemudahan Perbaikan (*Service ability*)

Karakteristik yang menunjukkan kecepatan kenyamanan reparasi serta respon terhadap keluhan yang memuaskan.

8. Kualitas yang dirasakan (*Perceived quality*)

Bersifat subjektif ,berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk itu seperti meningkatkan harga diri dari yang lain. Merupakan karakteristik yang berkaitan dengan reputasi.

2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut **Heizer dan Render (2015)**, kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik sebuah produk yang mengandalkan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang terlihat atau yang tersamar. Menghasilkan produk atau kualitas yang baik akan dapat menyebabkan suatu kompetisi dalam suatu industri. Terdapat delapan elemen yang menjadi fokus perhatian dalam hal kualitas, yaitu :

1. Kinerja (*performances*) produk; menyangkut kerarakteristik operasi primer produk yang bersangkutan.
2. Ciri-ciri atau sifat (*features*) produk; menyangkut pernik tambahan yang diberikan kepada produk agar penampilan produk menjadi lebih baik.
3. Kecocokan dengan standar (*conformity*); karakteristik desain dan operasi produk memenuhi standar yang ditetapkan.
4. Keandalan; merupakan probabilita dari produk akan beroperasi secara sempurna selama jangka waktu tertentu dibawah kondisi pemakaian yang telah ditentukan.
5. Keawetan atau ketahanan; merupakan lama pemakaian produk oleh konsumen sampai produk itu harus diganti karena rusak atau usang.
6. Kemudahan diservis; merupakan kemudahan atau kecepatan suatu produk diservis, baik karena ketersediaan suku cadang atau karena ketersediaan tenaga servis dilokasi pemakai produk.

7. Estetika; merupakan rasa keindahan yang ditampilkan produk pada panca indra konsumen.
8. Kualitas yang dipersepsikan konsumen; merupakan kualitas dari produk yang ada pada persepsi konsumen yang terbentuk dari reputasi produk yang bersangkutan dimata konsumen selama perjalanan waktu yang panjang.

Dari kedelapan skala pengukuran diatas maka digunakanlah tiga pengukuran yang menjadi indikator dalam kualitas suatu produk yang sesuai dengan produk hortikultura yaitu *performance*, *conformity*, dan *featrure*. Karena dalam ruang lingkup kualitas produk hortikultura dilihat dari konformasinya yaitu kesesuaian produk dengan apa yang menjadi standar bentuk sebuah produk hortikultura yang berkualitas. Kemudian ukuran pada indikator kinerja (*performance*) adalah harga dan rasa nanas “Si Madu”, sementara ukuran pada indikator *feature* adalah ukuran buah, tekstur daging, warna kulit, dan kebersihan daging pada buah (buah tidak busuk/kotor).

2.1.2 Keberlangsungan Pasokan

Menurut **Angelo Bagini (2008:37)** “Keberlangsungan pasokan ditandai dengan jumlah dan durasi interupsi. Beberapa indikator digunakan untuk mengevaluasi keberlangsungan pasokan dalam transmisi dan distribusi jaringan. Peraturan dapat bertujuan untuk mengkompensasi pelanggan untuk gangguan pasokan yang sangat panjang, menjaga waktu pemulihan di bawah kendali dan menciptakan insentif untuk mengurangi jumlah total dan durasi interupsi (dan disinsentif untuk meningkatkannya). Metode yang berbeda dan akurasi mengukur interupsi dan dalam menetapkan kewajiban untuk masing-masing menciptakan masalah dalam mengatur keberlangsungan pasokan”

Menurut **Goh Moh Heng (2014)**: “Mengacu pada kemampuan untuk

memastikan aliran produk dan layanan tidak terputus dari pemasok ke pelanggan dalam tingkat dan kerangka waktu yang dapat diterima sehingga dapat melindungi kegiatan organisasi dan pihak-pihak terkait yang diprioritaskan”

Menurut **Jack (2016:6)** “Untuk memastikan kontinuitas pasokan harus ada keseimbangan antara apa yang dibutuhkan untuk kelangsungan pasokan versus apa yang diinginkan untuk pengurangan biaya. Jika biaya selalu menang, Anda akan memiliki masalah pasokan berkelanjutan secara terus-menerus”.

Menurut **Heizer & Render (2015)** dalam **Purwatmini (2015)**: “Merupakan sebuah konsep penanganan logistik dalam sebuah unit bisnis, dimulai dari pemasok pada tingkat hulu, hingga tingkat paling hilir, dalam hal ini konsumen yang menerima barang dengan puas”

Menurut **Richardus & Richardus (2002)** dalam **Purwatmini (2015)**: “Keterkaitan secara integrasi dan dalam jangka panjang antara pemasok dengan unit produksi, dan unit produksi dengan konsumen akhir.”

Dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan pasokan yaitu upaya untuk menjaga kelangsungan pasokan agar kebutuhan pasar selalu terpenuhi dan mengurangi biaya dan waktu yang digunakan. Maka keberlangsungan pasokan sangat penting bagi distribusi jaringan.

2.1.2.1 Penentu Kualitas Keberlangsungan Pasokan

Menurut **Angelo Bagini (2008:32)** Ada beberapa cara untuk menentukan keandalan atau kualitas keberlangsungan pasokan. Pendekatan yang dijelaskan memperluas ukuran utilitas-utilitas tradisional untuk dimasukkan peristiwa kualitas

daya berdurasi pendek. Ada dua cara utama yang digunakan untuk mengukur keandalan keberlangsungan pasokan berdasarkan:

1. Frekuensi

Tingkat gangguan pasokan sering dikuantifikasi dalam istilah dari waktu rata-rata antara kegagalan

2. Durasi

Gangguan pasokan dapat dikuantifikasi sebagai ketersediaan atau ketidakterseediaannya. Ketersediaan (dan juga ketidakterseediaannya) dapat ditentukan dalam per unit atau persen.

2.1.2.2 Mengelola Keberlangsungan Pasokan

Menurut **Jack (2011:6)** ada 3 cara untuk mengelola kontinuitas pasokan :

1. Item sumber ganda dan pastikan Pemasok mendapatkan volume karena mungkin sulit untuk mendapatkan Pemasok untuk menanggapi masalah dengan Pemasok lain jika mereka tidak mendapatkan bisnis.
2. Memiliki persediaan yang dimiliki oleh Pemasok atau pihak ketiga untuk meminimalkan dampak peristiwa *force majeure*.
3. Mengharuskan pemasok untuk menyiapkan sumber ganda (baik yang membutuhkan mereka menghasilkan produk di beberapa lokasi mereka) atau lisensi pihak ketiga untuk membangunnya.

2.1.2.3 Indikator Keberlangsungan Pasokan

Menurut **Landoala (2013)** dalam **Silma (2017:161)** Keberlangsungan Pasokan (*Continuity of Supply*) bersinergi dengan :

1. Ketersediaan Bibit Unggul

Ketersediaan bibit unggul merupakan salah satu faktor penting bagi pertanian dalam menjaga kualitas dan kuantitas. Bibit yang sebagian besar mempunyai sifat musiman, ketersediaannya sering berfluktuasi. Dengan demikian ketersediaan bibit unggul sangat berpengaruh atas terlaksananya proses produksi secara optimal, sehingga rencana produksi dapat direalisasikan.

2. Produktivitas

Produktivitas produksi hortikultura dipengaruhi dari ketersediaan lahan, produktivitas mempengaruhi proses tata niaga dan keberlangsungan pasokan.

3. Panjangnya saluran distribusi

Masih panjangnya mata rantai tata niaga pertanian, sehingga menyebabkan petani tidak dapat menikmati harga yang lebih baik, karena pedagang besar (pengepul) telah mengambil untung terlalu besar dari hasil penjualan.

2.1.3 Daya Saing

Menurut **Michael Porter (1990)** dalam **Rahman (2018:7)** “Daya saing diidentifikasi dengan masalah produktifitas, yakni didefenisikan sebagai nilai output yang dihasilkan oleh seorang tenaga kerja. Meningkatnya produktifitas ini disebabkan oleh peningkatan jumlah input fisik modal dan tenaga kerja, peningkatan kualitas input yang digunakan, dan peningkatan teknologi”.

Menurut **European Commission, (1999)** dalam **Merza (2015:2)** “Daya saing merupakan kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal”.

Menurut **Muhardi (2007:39)**: “Daya saing operasi merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif.”

Menurut **Council of Competitiveness, Washington DC (2006)** dalam **Andi Suranta (2014:641)** “Daya saing adalah kapasitas bangsa untuk menghadapi tantangan persaingan pasar internasional dan tetap menjaga atau meningkatkan pendapatan riil-nya”.

Menurut **Halwani (2002:423)** “Daya saing yang di timbulkan dalam arti persaingan yang fair, dapat juga merupakan potensi untuk aliansi, karena potensi aliansi pada dasarnya adalah merupakan kemampuan daerah atau pesaing lain menjadi aliansi kekuatan bersama”

Berdasarkan teori tersebut, maka daya saing merupakan kemampuan atau nilai lebih produk dibanding dengan produk pesaing dalam pasar. Daya saing sangatlah penting dalam keberhasilan suatu usaha karena konsumen akan memilih produk yang mempunyai keunggulan terbaik.

2.1.3.1 Pentingnya Daya Saing

Menurut **Michael Porter (1990)** dalam **Rahman (2018:7)** menjelaskan pentingnya daya saing dikarenakan tiga hal berikut ini:

1. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri.
2. Meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun entitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi jadi meningkat.
3. Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi

Menurut **Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007** dalam **Rahman (2018:7)** “Daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat, atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah:

1. Kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya
2. Kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya
3. Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti
4. Kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan

2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Menentukan Daya Saing

Daya Saing menurut **Pusat Studi dan Pendidikan Kebanksentralan Bank Indonesia (2002)** dalam **Rahman (2018:8)** harus mempertimbangkan beberapa hal:

1. Daya saing mencakup aspek yang lebih luas dari sekedar produktivitas atau efisiensi pada level mikro. Hal ini memungkinkan kita lebih memilih mendefinisikan daya saing sebagai “kemampuan suatu

- perkonomian” dari pada “kemampuan sektor swasta atau perusahaan”.
2. Pelaku ekonomi (*economic agent*) bukan hanya perusahaan, akan tetapi juga rumah tangga, pemerintah, dan lain-lain. Semuanya berpadu dalam suatu sistem ekonomi yang sinergis. Tanpa memungkiri peran besar sektor swasta, perusahaan dalam perekonomian.
 3. Tujuan dan hasil akhir dari meningkatnya daya saing suatu perekonomian tak lain adalah meningkatnya tingkat kesejahteraan penduduk di dalam perekonomian tersebut. Kesejahteraan adalah konsep yang luas yang pasti tidak hanya tergambar dalam sebuah besaran variabel seperti pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi hanya satu aspek dari pembangunan ekonomi dalam rangka peningkatan standar hidup masyarakat.
 4. Kata kunci dari daya saing adalah “kompetisi”. Disinilah peran keterbukaan terhadap kompetisi dengan kompetitor menjadi relevan. Kata “daya saing” menjadi kehilangan maknanya pada perekonomian yang tertutup.

2.1.3.3 Ruang Lingkup Daya Saing

Menurut **Sumihardjo (2008:37)** “Tinggi rendahnya daya saing suatu industri/institusi tergantung kepada faktor-faktor yang memengaruhinya. Ruang lingkup daya saing skala makro meliputi:

1. Perekonomian Daerah
2. Keterbukaan
3. Sistem Keuangan

4. Infrastruktur
5. Ilmu Pengetahuan dan Teknologi
6. Sumber Daya Alam
7. Kelembagaan
8. Governance dan Kebijakan Pemerintah
9. Manajemen dan Ekonomi Mikro”

2.1.3.4 Daya Saing dalam Usaha Holtikultura

Di Indonesia, standar produk sayur dan buah diatur dalam **Peraturan Kementerian Pertanian No. 48 tahun 2009** yang mengatur penerapan budidaya yang baik (*Good Agriculture Practice*) akan menghasilkan produk yang memenuhi standar. Produk standar yang dimaksud adalah produk yang aman dikonsumsi, berkualitas baik, dan ramah lingkungan.

Menurut **Roedhy Poerwanto (2009)** dalam **Silma (2017:161)** “Dimensi produk holtikultura yang memiliki daya saing adalah produk yang memenuhi standar produk 6K+T, yaitu:

1. Kuantitas
2. Kualitas
3. Keamanan
4. Keberlanjutan dalam Pasokan
5. Ketetapan Pengiriman
6. Adanya “*Traceability*”

2.1.3.5 Indikator Daya Saing

Menurut **Tambunan (2008)** dalam **Donald (2016:79)** menyusun suatu kerangka pikir mengenai daya saing sebuah perusahaan dan faktor-faktor penentunya. Dalam kerangka pikir ini, daya saing sebuah usaha tercermin dari daya saing produk yang dijualnya dan daya saing sebuah usaha dapat dicirikan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dimaksud mencakup:

1. Keahlian Pekerja

Keahlian Pekerja merupakan kemampuan yang dimiliki dan mengembangkan potensi pekerjaannya.

2. Keahlian Pengusaha

Yaitu kemampuan yang akan mensukseskan atau menggagalkan bisnis

3. Ketersediaan atau Akses Modal

Apabila suatu usaha ingin meningkatkan pertumbuhan ekonomi, maka modal sangat diperlukan ketersediannya, baik modal berupa barang maupun modal berupa uang.

4. Ketersediaan atau Penguasaan Teknologi

Mengacu pada proses fisik yang mengubah input ke dalam output, perincian mengenai input-input dan output-output serta pengaturan prosedural dan organisatoris yang diperlukan untuk mentransformasi input ke output secara digital

Dari semua faktor internal tersebut, digunakan tiga faktor yang dijadikan indikator dalam daya saing dalam pertanian. Keahlian pekerja merupakan pengukuran dalam daya saing pertanian karena dalam bisnis pertanian keahlian

pekerja merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap efektivitas dan efisiensi. Kemudian penguasaan teknologi juga hal yang menjadi pengukuran daya saing dalam pertanian karena jika perusahaan telah menguasai teknologi maka daya saingnya juga lebih baik sama halnya dengan ketersediaan modal, merupakan pengukuran daya saing dalam pertanian. Biasanya jika perusahaan mempunyai modal yang cukup maka akan selalu meningkatkan produksinya sehingga daya saingnya lebih baik.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Peneliti	Kesimpulan	Kesamaan	Perbedaan
1.	Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Kecil dan Menengah (IKM) Gula Aren di Kabupaten Bandung Barat	Berdasarkan hasil pengujian analisis jalur yang telah dilakukan, maka dapat diartikan sebagai berikut: Variabel produk, modal, manajemen usaha, teknologi, pemasaran, energi, kendaraan, infrastruktur, dukungan kelembagaan, kebijakan pemerintah dan persaingan industri memiliki koefisien jalur yang bertanda positif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap daya saing.	Adanya persamaan dalam variabel keberlangsungan pasokan sebagai variabel bebas di indikator ketersediaan bahan baku dan saluran distribusi dan Daya saing sebagai variabel terikat	Perbedaan pada indikator yang seluruhnya dijadikan variabel dan perbedaan pada unit penelitian

		Variabel bahan baku, SDM, dan bangunan memiliki koefisien jalur yang bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap daya saing.		
	Oleh: Somadi (2017)			
2.	Penentu Daya Saing Produk Sayuran (Olericulture) di Pasar Lokal dan Regional (Studi Kasus di Gapoktan Multi Tani Jaya Giri Kabupaten Cianjur) Oleh: Silma Kusumawanti, S.Agr. Dr. Ir. Endah Lisarini, SE., MM (2017)	Dari hasil analisis uji F dan uji t di atas, dapat disimpulkan bahwa : 1). Terdapat pengaruh signifikan secara simultan keberlanjutan pasokan, kualitas produk dan harga kompetitif terhadap daya saing olericulture; 2) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial dari keberlanjutan pasokan dan harga kompetitif terhadap daya saing olericulture dan pengaruh tidak signifikan dari kualitas produk terhadap daya saing olericulture.	Adanya persamaan dengan variabel yang diteliti yaitu keberlangsungan pasokan dan kualitas produk sebagai variabel bebas dan daya saing sebagai variabel terikat. Dan juga persamaan penelitian di bidang pertanian	Perbedaan pada lokasi unit penelitian dan penggunaan indikator yang berbeda
3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian	Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dilakukan, maka semakin tinggi derajat keunggulan	Adanya persamaan dalam variabel yang diteliti yaitu kualitas sebagai variabel bebas dan daya	Perbedaan pada harga kompetitif dan unit penelitiannya

	<p>Oleh: Laylani Lenggogeni, Agusty Tae Ferdinand (2016)</p>	<p>bersaing suatu perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing. Parasuraman et al (1988) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai sumber untuk keunggulan kompetitif</p>	<p>saing sebagai variabel terikat</p>	
4.	<p>Pengaruh Praktik Total Quality Management (TQM) terhadap Budaya Kualitas, Daya Saing, dan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Manufaktur di Kota Makassar)</p> <p>Oleh: Musran Munizu, Surachman Ubud, Salim, Solimum (2011)</p>	<p>Praktik TQM yang efektif dapat menghasilkan budaya kualitas yang kuat, daya saing yang tinggi, dan peningkatan kinerja pada industri manufaktur di Kota Makassar. Budaya kualitas dapat menghasilkan daya saing yang tinggi. Budaya kualitas mempunyai peran yang sangat rendah dalam mendukung peningkatan kinerja perusahaan. Namun demikian, budaya kualitas mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara tidak langsung melalui daya saing perusahaan. Daya saing dapat</p>	<p>Adanya persamaan dalam variabel yang diteliti yaitu kualitas sebagai variabel bebas dan daya saing sebagai variabel terikat</p>	<p>Perbedaan pada harga kompetitif dan unit penelitiannya</p>

		<p>mendukung tercapainya kinerja perusahaan yang lebih baik. Budaya kualitas sebagai variabel mediasi antara praktik Total Quality Management (TQM) dengan kinerja perusahaan</p>		
5.	<p>Service Quality, Competitive Advantage, and Business Performance in Service Providing SMEs in Sri Lanka</p> <p>Oleh: D. S. Wijetunge (2016)</p>	<p>This paper intends to review the existing literature about the service quality, competitive advantage and the business performance. Further, it focus on how the businesses are offering service quality to gain competitive advantage and to ensure business performance. In order to address the above relationship the hypotheses are derived based on the empirical evidences of the service quality literature. The study has selected the service providing SMEs in Colombo district in order to test the above hypotheses.</p>	<p>Adanya persamaan variabel kualitas sebagai variabel bebas dan daya saing sebagai variabel terikat</p>	<p>Tidak adanya variabel keberlangsungan pasokan dalam penelitian ini, dan perbedaan unit penelitian</p>
6.	<p>The CSFs, Quality Governance, BPR Performance and Gaining Competitive Advantage</p>	<p>The primary contribution of this research is the conceptualization and empirical testing of the CSFs</p>	<p>Adanya persamaan variabel kualitas sebagai variabel bebas dan daya</p>	<p>Tidak adanya variabel keberlangsungan pasokan dan</p>

	Oleh: Mahmoud Masumi (2013)	of Quality Governance in BPR implementation and the relevant processes, systems and the subsequent impacts on quality leadership and management functions and measurement of BPR performance leading to competitive advantage for companies.	saing sebagai variabel terikat	perbedaan unit penelitian
7.	The Influence of Quality Service Delivery on Competitive Advantage of Universities Operating in Kenya Oleh: Jeketule Jacob Soko, Hazel Gachunga, Paul Katuse & Romanus Otieno Odhiambo (2016)	sought to find out the influence of Quality Service Delivery on Competitive Advantage. The study determined that there exists a significant relationship between Quality Service Delivery and Competitive Advantage. The study found out that Quality Service Delivery dimensions (together) have a very strong relationship with Competitive Advantage with a Pearson correlation R of 0.745.	Adanya persamaan variabel kualitas sebagai variabel bebas dan daya saing sebagai variabel terikat	Tidak adanya variabel keberlangsungan pasokan dalam penelitian ini, dan perbedaan unit penelitian
8.	Product Quality for Competitive Advantage in Marketing	It can be concluded that to survive and thrive in today's competitive world product quality is	Adanya persamaan variabel kualitas sebagai variabel bebas dan daya	Tidak adanya variabel keberlangsungan pasokan dalam penelitian ini,

	<p>Oleh: Meera Singh (2013)</p>	<p>the most important strategy. This article gives an overview that due to product quality; an organization can attain competitive advantage in marketing. Product quality management is visible signal of a firm's commitment to quality. important as it is production similarly after sale service quality is also important for product quality management.</p>	<p>saing sebagai variabel terikat</p>	<p>dan perbedaan unit penelitian</p>
--	-------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

2.2 Kerangka Pemikiran

Persaingan dalam dunia usaha dewasa ini menjadi semakin ketat. Ancaman produk impor yang lebih murah dan berkualitas merupakan ancaman serius dan harus diperhatikan. Untuk memecahkan masalah tersebut, pelaku usaha haruslah memiliki daya saing yang lebih baik dari pesaingnya sehingga konsumen tetap memilih produk yang kita jual. Daya saing merupakan kemampuan atau nilai lebih suatu produk dibandingkan dengan produk pesaing dalam pasar. Daya saing sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha karena konsumen akan memilih produk yang mempunyai keunggulan dari produk pesaing. Dalam pertanian, pentingnya daya saing ditunjukkan pada jika produk pertanian yang dipasarkan daya saingnya lebih rendah dibanding dengan produk pertanian impor dalam hal kualitas dan

keberlangsungan pasokannya maka akan merugikan produk pertanian lokal dan merusak kesejahteraan petani lokal.

Terdapat empat indikator dalam daya saing yaitu keahlian pekerja, keahlian pengusaha, penguasaan teknologi dan, ketersediaan modal. Namun yang berkaitan dengan daya saing dalam industri pertanian yaitu keahlian pekerja, penguasaan teknologi, dan ketersediaan modal. Keahlian pengusaha tidak digunakan sebagai indikator karena pertanian sebagian besar dikelola secara individu. Keahlian pekerja merupakan pengukuran dalam daya saing pertanian karena dalam bisnis pertanian keahlian pekerja merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap efektivitas dan efisiensi. Kemudian penguasaan teknologi juga hal yang menjadi pengukuran daya saing dalam pertanian karena jika perusahaan telah menguasai teknologi maka daya saingnya juga lebih baik, sama halnya dengan ketersediaan modal, merupakan pengukuran daya saing dalam pertanian. Biasanya jika perusahaan mempunyai modal yang cukup maka akan selalu meningkatkan produksinya sehingga daya saingnya lebih baik.

Daya saing dalam pertanian dipengaruhi oleh keberlangsungan pasokan dan kualitas produk. Keberlangsungan pasokan adalah upaya untuk menjaga kelangsungan pasokan agar kebutuhan pemasar selalu terpenuhi dan mengurangi biaya dan waktu yang digunakan. Maka keberlangsungan pasokan sangat penting bagi distribusi hasil pertanian.

Kualitas produk merupakan keseluruhan barang dan jasa yang berhubungan dengan apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Terdapat delapan ukuran

dalam kualitas suatu produk yaitu kinerja, ciri-ciri atau sifat, konformasi, keandalan daya tahan, kemudahan diservis, estetika dan kualitas yang dipersepsikan konsumen, namun hanya digunakan tiga indikator yaitu konformasi, kinerja, dan fitur karena dalam lingkup kualitas produk hortikultura hanya dilihat dari konformasinya (kesesuaian produk pertanian dengan apa yang diinginkan pasar), rasa dan harga, dan ciri atau sifat produk pertanian tersebut.

Terdapat tiga indikator dalam keberlangsungan pasokan, yaitu ketersediaan bibit, produktivitas lahan dan saluran distribusi. Ketersediaan bibit merupakan hal yang penting bagi keberlangsungan pasokan karena merupakan penentu terlaksananya proses produksi pertanian yang optimal guna menjaga keberlangsungan pasokan. Sama halnya dengan produktivitas lahan karena lahan yang produktif akan menghasilkan hasil yang berlimpah sehingga dapat menjaga keberlangsungan pasokan. Saluran distribusi yang pendek dan mudah akan mempercepat produk sampai ke tangan konsumen yang berimbas pada kecilnya risiko hasil pertanian yang membusuk karena terlalu banyak ditimbun yang mengakibatkan keberlangsungan pasokan yang macet.

2.2.1 Hubungan Kualitas Produk dan Daya Saing

Kualitas produk merupakan salah satu indikator dalam memenuhi daya saing **Porter (2008:419)**. Jelas alasannya karena kualitas produk merupakan indikator penting karena konsumen mengharapkan atau menginginkan produk yang berkualitas baik. Jika pengusaha mempunyai produk yang kualitasnya dibawah produk pesaing maka secara otomatis konsumen lebih memilih produk pesaing, hal

ini mengakibatkan daya saing produknya jadi lemah atau menurun.

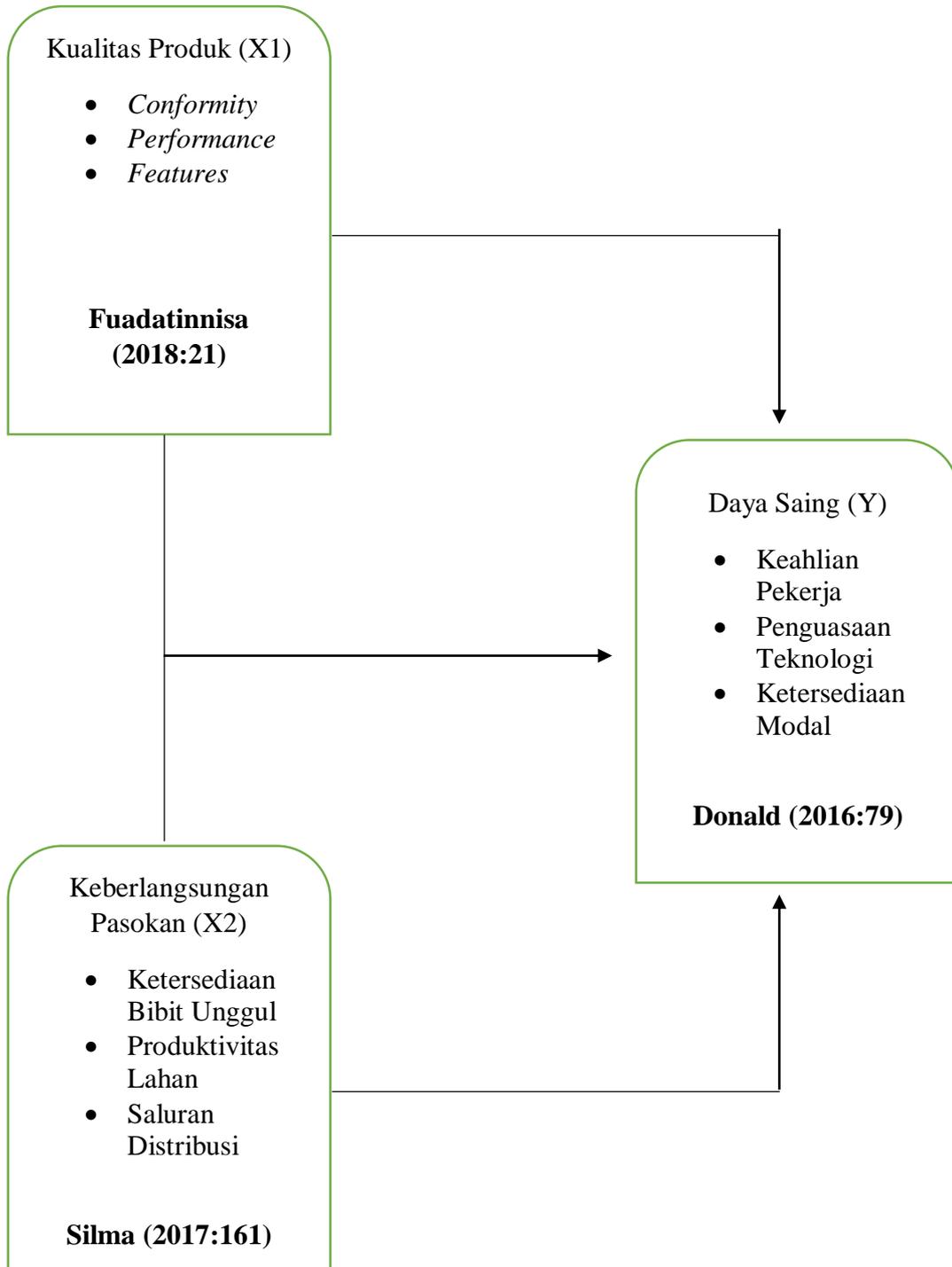
2.2.2 Hubungan Keberlangsungan Pasokan dan Daya Saing

Keberlangsungan pasokan merupakan salah satu indikator untuk memenuhi daya saing (**Roedhy Poerwanto, 2009**) dalam **Silma (2017:161)**. Keberlangsungan pasokan meliputi ketersediaan bibit, produktivitas lahan, dan saluran distribusi.

Akibat yang ditimbulkan dari bibit berkeualitas sulit untuk didapatkan atau didapatkan dengan harga yang tidak terjangkau maka secara otomatis akan meningkatkan biaya produksi atau malah dapat menurunkan kualitas produk yang berdampak pada daya saing yang menurun. Begitu pula dengan produktivitas lahan, dan saluran distribusi yang panjang mengakibatkan harga akan naik dan menurunkan daya saing produk.

2.2.3 Hubungan Kualitas Produk, Keberlangsungan Pasokan, dan Daya Saing

Keberlangsungan pasokan meliputi salah satunya ketersediaan bibit yang baik, jika pengusaha tidak memiliki bibit yang baik maka menyebabkan kualitas produk yang dihasilkan juga tidak akan baik dan akhirnya berakibat pada daya saing yang menurun. Kemudian dalam teori “Produk hortikultura yang mempunyai daya saing adalah produk yang memenuhi standar produk” (**Roedhy Poerwanto, 2009**) dalam **Silma (2017:161)**. Dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu (6K+T) yaitu kuantitas, Kualitas, Keamanan, Keberlanjutan dalam Pasokan, Ketepatan Pengiriman, Kompetitif dalam Harga dan adanya *Traceability*”.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis menurut **Husein Umar (2002:262)** dalam **M Iffan dan L Yulianti (2017:26)** adalah “Pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak” setiap riset terhadap suatu objek harus dibawah tuntunan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya.. Kemudian hipotesis tersebut nantinya akan diuji kebenarannya dengan penelitian. Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran maka dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :

Sub Hipotesis :

H1 : Kualitas produk mempengaruhi daya saing produk nanas “si madu”

H2: Keberlangsungan pasokan mempengaruhi daya saing produk nanas “si madu”

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh kualitas produk dan keberlangsungan pasokan terhadap daya saing produk nanas “si madu”.