BAB II
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 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 **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".

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.

2.1.1.1 Penentu Kualitas Keberlangsungan Pasokan

Menurut **Angelo Bagini (2008:32)** Ada beberapa cara untuk menentukan keandalan atau kualitas keberlangsungan pasokan. Pendekatan yang dijelaskan di sini memperluas ukuran utilitas utilitas tradisional untuk dimasukkan peristiwa kualitas daya berdurasi pendek. 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 karena tidak tersedianya. Ketersediaan (dan juga tidak tersedianya) dapat ditentukan dalam per unit atau persen.

2.1.1.2 Cara Mengelola Keberlangsungan Pasokan

Menurut **Jack (2016:6)** 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.

2.1.1.3 Indikator Keberlangsungan Pasokan

Menurut **Landoala (2013)** dalam **Silma (2017:161)** Keberlangsungan Pasokan (*Continuity of Supply*) ; kontinyuitas Pasokan yang 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

menentukan terlaksananya proses produksi secara optimal, sehingga rencana produksi dapat direalisasikan.

2. Produktivitas dari lahan yang menggunakan pupuk kimia yang berlebihan akan menurunkan hasil produk dari pertanian, tata niaga yang terlalu banyak.
3. Panjangnya saluran distribusi, masih panjangnya mata rantai tata niaga pertanian, sehingga menyebabkan petani tidak dapat menikmati harga yang lebih baik, karena pedagang telah mengambil untung terlalu besar dari hasil penjualan.

2.1.2 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 **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".

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".

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan barang dan jasa yang berhubungan dengan apa yang diinginkan konsumen yang secara keunggulan produk memenuhi harapan pelanggan. Dan meliputi :

1. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan
3. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan

2.1.2.1 Pendekatan Kualitas Produk atau Perspektif Kualitas

Setelah diketahui dimensi kualitas produk, harus diketahui bagaimana perspektif kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk. **Garvin (1988)** dalam **Irvan (2015:11)**, mengidentifikasi adanya lima alternativ perspektif kualitas, dimana kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diinterpretasikan secara berbeda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan.

1. Transcendental Approch

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. Persektif 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 perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas produk sama dengan persyaratannya (*conformance to requirements*). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitas bersifat operation – diven. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang di kembangkan secara internal, seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan pendekatan biaya. Jadi, yang menentukan kualitas produk adalah standar – standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

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 exelence*". Kualitas produk dalam persektif ini bersifat relative sehinga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi, yang berani adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli (*best buy*).

2.1.2.2 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:

1. Kinerja (*Performance*)

   Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk inti yang di beli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya. Merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu barang.

2. Keandalan (*Reability*)

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

3. Fitur (*Features*), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk

4. Konformasi (*Conformance*)

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

5. Daya tahan (*Durability*)

   Yaitu ukuran masa pakai suatu barang. Karakterstik ini berkaitan dengan daya tahan dari barang itu yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

6. Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

   Yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, Keramahan atau kesopanan, kompetensi, kenyamanan dan kemudahan di reparasi atau perbaikan; serta penanganan keluhan secara memuaskan.

7. Estetika (*Aesthetic*)

   Merupakan karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi preferensi individual. Dengan demikian, estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu seperti : bentuk fisik motor, yang menarik, model/desain yang artistic, warna, dan sebagainya.

8. Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*)

   Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengtahuan pembeli akan atribut atau fitur produk yang akan di beli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merk, iklan, reputasi perusahaan, maupun Negara pembuatnya (*country-of-origin, country-of-manufacture, country-of-assembly,* atau *country-of-brand*).

2.1.2.3 Indikator Kualitas Produk

Golhare dan Waller (1966) dalam **Bayu (2008:21)** mengemukakan empat skala pengukuran kualitas produk :

1. Estetika produk yang dihasilkan (*Aesthetic*), merupakan karakteristik yang bersifat subyektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi
2. Tingkat konformasi produk yang dihasilkan (*Conformance*), hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan atau memenuhi standar sesuai dengan ketentuan yang ada.
3. Daya tahan produk (*Durability*), yaitu suatu refleksi umur ekonomis, berkaitan dengan daya tahan atau berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan, seperti kadaluarsa (expired) suatu produk.
4. Kehandalan produk yang dihasilkan (*Reability*), yaitu hal yang berkaitan dengan kemungkinan suatu barang dapat berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.

Dari keempat skala pengukuran diatas maka digunakanlah tiga pengukuran yang menjadi indikator dalam kualitas suatu produk yang sesuai dengan pertanian yaitu konformasi, daya tahan, dan estetika karena dalam ruang lingkup kualitas produk pertanian dilihat dari konformasinya yaitu kesesuaian produk pertanian dengan apa yang diinginkan pasar. Kemudian daya tahan dan estetika produk pertanian tersebut menjadi pengkuran dalam kualitas produk pertanian.

2.1.3 Daya Saing

Menurut **Michael Porter (1990)** dalam **Rahman (2018:7)** "Daya saing diidentifikasikan 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 Commision*, (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".

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

2.1.3.1 Pentingnya Daya Saing

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

1. Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri.
2. Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun entitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat.
3. Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih mencipatakan 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 produtivitas atau efisiensi pada level mikro. Hal ini memungkinkan kita lebih memilih mendefinisikan daya saing sebagai "kemampuan suatu perkonomian" dari pada "kemampuan sektor swasta atau perusahan".
2. Pelaku ekonomi(*economic agent*) bukan hanya perusahaan, akan tetapi juga rumah tangga, pemerintah, dan lain-lain. Semuanya berpadau 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 (*level of living*) adalah konsep yang maha luas yang pasti tidak hanya tergambarkan dalam sebuah besaran variabel seperti pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan eknomi hanya satu aspek dari pembangunan ekonomi dalam rangka penigkatan standar kehidupan masyarakat.

4. Kata kunci dari konsep daya saing adalah “kompetisi”. Disinilah peran keterbukaan terhadap kompetisi dengan para kompetitor menjadi relevan. Kata “daya saing” menjadi kehilangan maknanya pada suatu 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 pada skala makro meliputi:

1. perekonomian daerah.
2. keterbukaan.
3. sistem keuangan.
4. infrastruktur dan sumber daya alam.
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 Holtikultural

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

berkualitas baik dan ramah lingkungan. Ternyata produk yang berdaya saing dipengaruhi oleh banyak hal.

Menurut **Roedhy Poerwanto (2009)** dalam **Silma (2017:161)** "Dimensi produk hortikultura yang mempunyai daya saing adalah produk yang memenuhi standar produk dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu (6K+T) sebagai berikut :

1. kuantitas.
2. Kualitas.
3. Keamanan.
4. keberlanjutan dalam pasokan.
5. ketepatan pengiriman, kompetitif dalam harga.
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 perusahaan tercermin dari daya saing produk yang dihasilkannya dan daya saing sebuah perusahaan dapat dicirikan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor internal tersebut mencakup :

1. Keahlian pekerja, Keahlian pekerja merupakan kemampuan yang dimiliki dan mengebangkan potensi perkerjaannya
2. Keahlian pengusaha, yaitu kemampuan yang akan menyukseskan atau menggagalkan bisnis anda.

3. Ketersediaan atau akses ke modal, Apabila suatu bisnis ingin meningkatkan pertumbuhan ekonomi maka modal sangat diperlukan, baik modal berupa barang maupun modal berupa uang.
4. Ketersediaan atau penguasaan teknologi, mengacu pada proses fisik yang mengubah masukan ke dalam luaran, perincian mengenai masukan-masukan dan luaran-luaran, serta pengaturan prosedural dan organisatoris yang diperlukan untuk mentransformasilan masukan ke dalam luaran

Dari seluruh faktor internal tersebut digunakanlah 3 faktor yang dijadikan indikator dalam daya saing yaitu keahlian pekerja, penguasaan teknologi dan, ketersediaan modal karena ketiga faktor tersebut berkaitan dengan 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 efesiensi. 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 / Peneliti	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	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 sebagai variabel bebas, Kualitas Produk sebagai variabel bebas dan (Y) Daya saing sebagai variabel terikat dan persamaan tentang penelitian di bidang pertanian	Perbedaan pada lokasi unit penelitian dan penggunaan indikator yang berbeda
2	Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Kecil Dan Menengah(IKM) Gula Aren Di Kabupaten Bandung Barat Oleh : Somadi (2017)	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. Variabel bahan baku, SDM, dan bangunan memiliki koefisien jalur yang bertanda positif dan berpengaruh 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

No	Judul / Peneliti	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
3	Pengaruh Praktik Total Quality Management (TQM) terhadap Budaya Kualitas, Daya Saing dan Kinerja Perusahaan (Studi pada Industri Manufaktur di Kota Makassar) Oleh: Musran Munizu, Surachman Ubud, Salim, Solimum (2011)	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 mendukung tercapainya kinerja perusahaan yang lebih baik. Budaya kualitas sebagai variabel mediasi antara praktik Total Quality Management (TQM) dengan kinerja perusahaan	Adanya persamaan dalam variabel yang diteliti yaitu Kualitas sebagai variabel *independent* dan Daya saing sebagai variabel *dependent*	Perbedaan pada yaitu harga kompetitif dan pada unit penelitiannya
4	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya saing Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Oleh : Laylani Lenggogeni, Augusty Tae Ferdinand (2016)	dalam penelitian ini adalah semakin baik kualitas layanan yang dilakukan, maka semakin tinggi derajat keunggulan 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	Adanya persamaan dalam variabel yang diteliti yaitu Kualitas sebagai variabel *independent* dan Daya saing sebagai variabel *dependent*	Perbedaan pada yaitu harga kompetitif dan pada unit penelitiannya

No	Judul / Peneliti	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
5	The CSFs, Quality Governance, BPR Performance and Gaining Competitive Advantage Oleh: Anne Smith, Mary Meade, David Wolf1 & Jerry Song(2013)	The primary contribution of this research is the conceptualization and empirical testing of the CSFs 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.	Adanya persamaan dalam variabel yang diteliti yaitu Kualitas sebagai variabel *independent* dan daya saing sebagai variabel *dependent*	Perbedaan tidak adanya varibael keberlangsungan pasokan dalam penelitian ini dan perbedaan unit penelitian
6	Service Quality, Competitive Advantage and Business Performance in Service Providing SMEs in Sri Lanka Oleh: W.A.D.S.WIJETUNGE (2016)	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.	Adanya persamaan dalam variabel yang diteliti yaitu Kualitas sebagai variabel *independent* dan daya saing sebagai variabel *dependent*	Perbedaan tidak adanya varibael keberlangsungan pasokan dalam penelitian ini dan perbedaan unit penelitian
7	Product Quality for Competitive Advantage In Marketing Oleh : Meera Singh (2013)	It can be concluded that to survive and thrive in today‟s competitive world product quality is 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.	Adanya persamaan dalam variabel yang diteliti yaitu Kualitas sebagai variabel *independent* dan daya saing sebagai variabel *dependent*	Perbedaan tidak adanya varibael keberlangsungan pasokan dalam penelitian ini dan perbedaan unit penelitian

No	Judul / Peneliti	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
8	The Influence of Quality Service Delivery on Competitive Advantage of Universities operating in Kenya Oleh: Jeketule Jacob Soko, Hazel Gachunga, Paul Katuse and 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 dalam variabel yang diteliti yaitu Kualitas sebagai variabel *independent* dan daya saing sebagai variabel *dependent*	Perbedaan tidak adanya varibael keberlangsungan pasokan dalam penelitian ini dan perbedaan unit penelitian

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam dunia usaha persaingan menjadi semakin ketat. Ancam produk impor yang lebih murah dan berkualitas merupakan hal yang serius dan harus diperhatikan dalam persaingan. Maka untuk memecahkan masalah tersebut perusahaan haruslah memiliki daya saing yang lebih baik dari pesaingnya sehingga konsumen tetap memilih produk yang kita pasarkan. Daya saing merupakan kemampuan atau nilai lebih suatu produk dibandingkan dengan produk pesaing dalam pasar. Daya saing sangatlah penting dalam keberhasilan suatu usaha karena konsumen akan memilih produk yang mempunyai keunggulan dari produk pesaing. Dalam pertanian daya saing sangatlah penting karena 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 produk pertanian lokal.

Terdapat empat indikator dalam daya saing yaitu keahlian pekerja, keahlian pengusaha, penguasaan teknologi dan, ketersediaan modal namun yang berkaitan dengan daya saing dalam 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 efesiensi. 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 yaitu upaya untuk menjaga kelangsungan pasokan agar kebutuhan konsumen selalu terpenuhi dan mengurangi biaya dan waktu yang digunakan. Maka keberlangsungan pasokan sangat penting bagi distribusi jaringan.

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 secara optimal guna menjaga keberlangsungan

pasokan. Produktivitas lahan sangat penting bagi keberlangsungan pasokan karena lahan yang produktif akan menghasilkan hasil yang berlimpah sehingga dapat menjaga keberlangsungan pasokan. Saluran distribusi yang pendek akan mempercepat produk sampai ke konsumen dan lebih kecil beresiko dalam penimbunan sehingga keberlangsungan pasokan akan mudah terganggu.

Kualitas produk merupakan keseluruhan barang dan jasa yang berhubungan dengan apa yang diinginkan konsumen yang secara keunggulan produk memenuhi harapan pelanggan. Terdapat empat indikator dalam kualitas suatu produk yang sesuai dengan pertanian yaitu konformasi, daya tahan, estetika dan *durability* namun hanya digunakan tiga indikator yaitu konformasi, daya tahan, dan estetika karena dalam ruang lingkup kualitas produk pertanian dilihat dari konformasinya yaitu kesesuaian produk pertanian dengan apa yang diinginkan pasar. Kemudian daya tahan dan estetika produk pertanian tersebut menjadi pengkuran dalam kualitas produk pertanian.

2.2.1 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 jika bibit yang baik sulit untuk didapatkan atau didapatkan dengan harga yang mahal maka secara otomatis akan meningkatkan biaya produksi atau malah menurunnya kualitas produk yang berdampak pada daya saing yang menurun begitu juga dengan produktivitas lahan, dan saluran distribusi

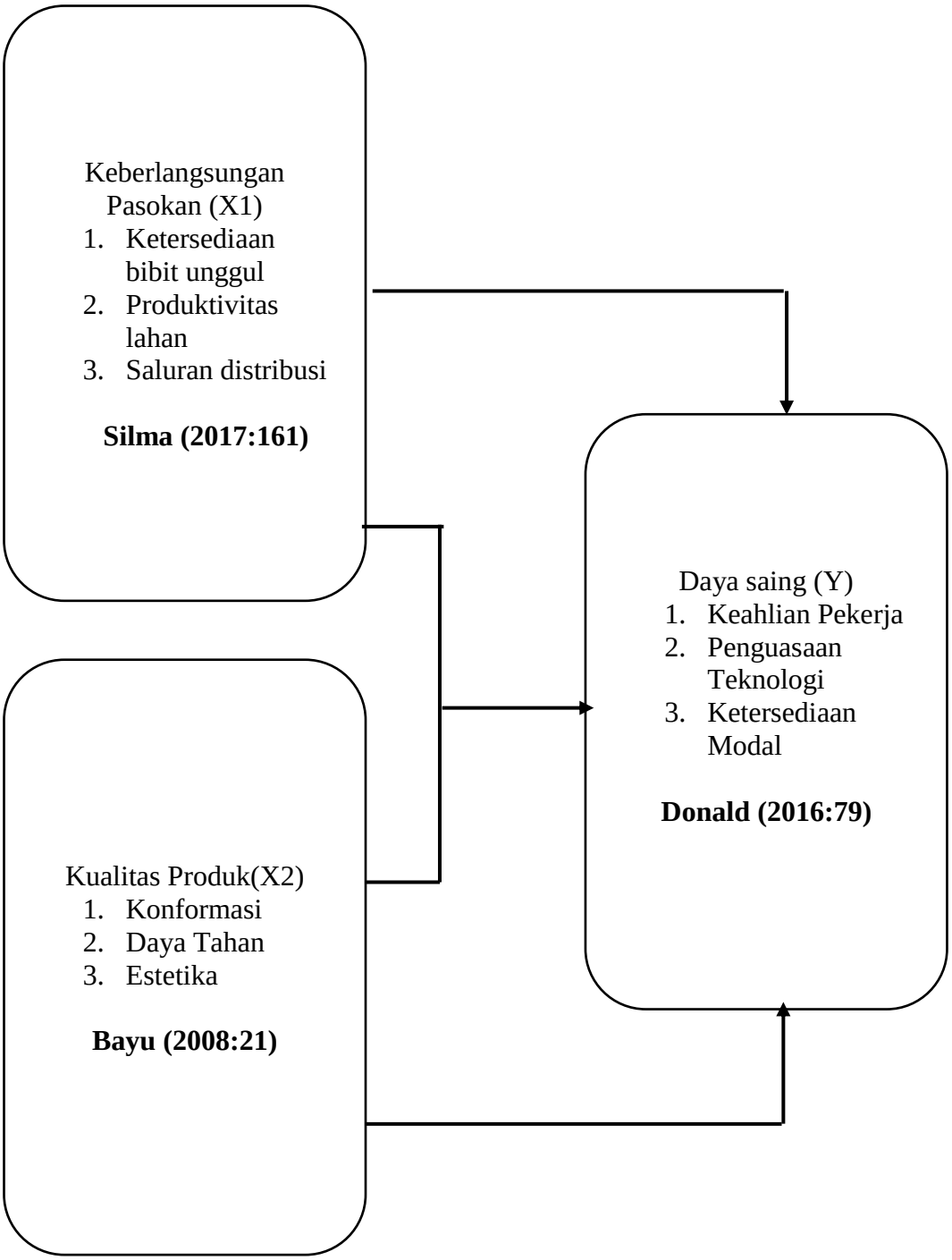
yang panjang mengakibatkan harga akan semakin tinggi dan menyebabkan kalahnya persaingan dengan produk pesaing

2.2.2 Hubungan Kualitas Produk dan Daya Saing

Kualitas produk merupakan salah satu indikator dalam memenuhi daya saing **Porter (2008:419)**. Jelas kualitas produk merupakan indikator penting karena konsumen sangat mengharapkan atau menginginkan produk yang berkualitas baik jika perusahaan mempunyai produk yang kulitasnya dibawah produk pesaing maka secara otomatis konsumen lebih memilih produk pesaing sehingga mengakibatkan daya saing produknya jadi menurun atau lemah.

2.2.3 Hubungan Keberlangsungan Pasokan, Kualitas Produk, dan Daya Saing

Keberlangsungan pasokan meliputi salah satunya ketersediaan bibit yang baik, jika perusahaan tidak memiliki bahan baku yang baik maka menyebabkan kualitas produk yng dihasilkan juga tidak baik dan akhirnya berakibat pada daya saing yang menurun dibandingkan produk pesaing. 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 merupakan jawaban sementara permasalahan dalam sebuah penelitian kuantitatif. Jawaban sementara tersebut berdasarkan teori- teori yang relevan dan bukan berdasarkan fakta – fakta yang ada di lapangan. Kemudian hipotesis tersebut nantinya akan diuji kebenarannya dengan penelitian. Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran maka dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut

Sub Hipotesis :

H1 : Keberlangsungan pasokan mempengaruhi daya saing produk bawang putih lokal

H2 : Kualitas produk mempengaruhi daya saing produk bawang putih lokal

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh keberlangsungan pasokan dan kualitas produk terhadap daya saing produk bawang putih lokal