



# UNIVERSITAS BOSOWA

Jalan Urip Sumoharjo Km.4, Makassar-Sulawesi Selatan 90231

Tlp. 0411 452901 - 452 789, Faks. 0411 424 568

<http://www.universitasbosowa.ac.id>, email : [info@universitasbosowa.ac.id](mailto:info@universitasbosowa.ac.id)

**KONTRAK PENELITIAN**  
**PENELITIAN DASAR KOMPETITIF NASIONAL**  
**.Tahun Anggaran 2022**  
**Nomor: PG231-004/LPPM-UNIBOS/VI/2022**

Pada hari ini Jumat tanggal Tujuh bulan Juni tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua, kami yang bertandatangan dibawah ini :

1. **Prof. Dr. Ir. Batara Surya, ST., M.Si.** : Rektor Universitas Bosowa, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Universitas Bosowa, yang berkedudukan di Makassar, untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**;
2. **Dr. Haeruddin Saleh, S.E., M.Si (Peneliti)** : Dosen Fak. Ekonomi Universitas Bosowa, dalam hal ini bertindak sebagai pengusul dan Ketua Pelaksana Penelitian Tahun Anggaran 2022 untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

**PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA**, secara bersama-sama sepakat mengikatkan diri dalam suatu Kontrak Penelitian Dosen Pemula Tahun Anggaran 2022 dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

**Pasal 1**  
**Ruang Lingkup Kontrak**

**PIHAK PERTAMA** memberi pekerjaan kepada **PIHAK KEDUA** dan **PIHAK KEDUA** menerima pekerjaan tersebut dari **PIHAK PERTAMA**, untuk melaksanakan dan menyelesaikan Penelitian Dasar Kompetitif Nasional Tahun Anggaran 2022 dengan judul "*Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Pada Industri Makanan Khas Makassar di Sulawesi Selatan*".

**Pasal 2**  
**Dana Penelitian**

- (1) Besarnya dana untuk melaksanakan penelitian dengan judul sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 adalah sebesar **Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah)** sudah termasuk pajak.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebankan pada Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor SP DIPA-023.17.1690523/2022 Revisi 02, tanggal 22 April 2022.



## Pasal 3

### Tata Cara Pembayaran Dana Penelitian

- (1) **PIHAK PERTAMA** akan membayarkan Dana Penelitian kepada **PIHAK KEDUA** secara bertahap dengan ketentuan sebagai berikut:
  - a. Pembayaran Tahap Pertama sebesar 70% dari total dana penelitian yaitu  $70\% \times \text{Rp. } 200.000.000 = \text{Rp. } 140.000.000$  (*Seratus Empat Puluh Juta Rupiah*) yang akan dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah **PIHAK PERTAMA** membuat dan melengkapi rancangan pelaksanaan penelitian yang memuat judul penelitian, pendekatan dan metode penelitian yang digunakan, data yang akan diperoleh, anggaran yang akan digunakan, dan tujuan penelitian berupa luaran yang akan dicapai.
  - b. Pembayaran Tahap Kedua sebesar 30% dari total dana penelitian yaitu  $30\% \times \text{Rp. } 200.000.000 = \text{Rp. } 60.000.000$  (*Enam Puluh Juta Rupiah*) dibayarkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** setelah **PIHAK KEDUA** mengunggah ke BIMA yaitu Laporan Kemajuan Pelaksanaan Penelitian dan Catatan Harian.
  - c. Biaya tambahan dibayarkan kepada **PIHAK KEDUA** bersamaan dengan pembayaran Tahap Kedua dengan melampirkan Daftar luaran penelitian yang sudah di validasi oleh **PIHAK PERTAMA**.
  - d. Pembayaran pada Skema Penelitian Dosen, Penelitian Dasar Kompetitif Nasional, Penelitian Terapan, Penelitian Disertasi Doktor dan Penelitian Tesis Magister dilaksanakan secara sekaligus (100%) diawal bersamaan dengan Pembayaran Tahap Pertama skema yang lainnya.
- (2) Dana Penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan disalurkan oleh **PIHAK PERTAMA** kepada **PIHAK KEDUA** ke rekening sebagai berikut:

Nama : Dr. Haeruddin Saleh, S.E., M.Si  
Nomor Rekening : 1664-01-000463-50-4  
Nama Bank : BRI

- (3) **PIHAK PERTAMA** tidak bertanggung jawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang disebabkan karena kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan data peneliti, nama bank, nomor rekening, dan persyaratan lainnya yang tidak sesuai dengan ketentuan.

## Pasal 4

### Jangka Waktu

Jangka waktu pelaksanaan penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 sampai selesai 100%, adalah terhitung sejak **Tanggal 16 Maret 2022** dan berakhir pada **Tanggal 20 November 2022**

## Pasal 5

### Target Luaran

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib penelitian berupa Publikasi Ilmiah Jurnal Nasional Terakreditasi.
- (2) **PIHAK KEDUA** diharapkan dapat mencapai target luaran tambahan penelitian berupa Prosiding dalam pertemuan ilmiah Nasional.
- (3) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada **PIHAK PERTAMA**.



## Pasal 6

### Hak dan Kewajiban Para Pihak

- (1) Hak dan Kewajiban **PIHAK PERTAMA**:
  - a. **PIHAK PERTAMA** berhak untuk mendapatkan dari **PIHAK KEDUA** luaran penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7;
  - b. **PIHAK PERTAMA** berkewajiban untuk memberikan dana penelitian kepada **PIHAK KEDUA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dan dengan tata cara pembayaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3.
- (2) Hak dan Kewajiban **PIHAK KEDUA**:
  - a. **PIHAK KEDUA** berhak menerima dana penelitian dari **PIHAK PERTAMA** dengan jumlah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1);
  - b. **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan kepada **PIHAK PERTAMA** luaran Penelitian Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Pada Industri Makanan Khas Makassar di Sulawesi Selatan dan catatan harian pelaksanaan penelitian;
  - c. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk bertanggungjawab dalam penggunaan dana penelitian yang diterimanya sesuai dengan proposal kegiatan yang telah disetujui;
  - d. **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** laporan penggunaan dana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7.

## Pasal 7

### Laporan Pelaksanaan Penelitian

- (1) **PIHAK KEDUA** berkewajiban untuk menyampaikan kepada **PIHAK PERTAMA** berupa laporan kemajuan dan laporan akhir mengenai luaran penelitian dan rekapitulasi penggunaan anggaran sesuai dengan jumlah dana yang diberikan oleh **PIHAK PERTAMA** yang tersusun secara sistematis sesuai pedoman yang ditentukan oleh **PIHAK PERTAMA**.
- (2) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah Laporan Kemajuan dan Catatan harian penelitian yang telah dilaksanakan ke BIMA paling lambat **01 Agustus 2022**.
- (3) **PIHAK KEDUA** berkewajiban menyerahkan *Hardcopy* Laporan Kemajuan dan Rekapitulasi Penggunaan Anggaran 70% kepada **PIHAK PERTAMA**, paling lambat **20 Agustus 2022**.
- (4) **PIHAK KEDUA** berkewajiban mengunggah Laporan Akhir, capaian hasil, Poster, artikel ilmiah dan profil pada BIMA paling lambat **27 November 2022** (bagi penelitian tahun terakhir).
- (5) Laporan hasil Penelitian sebagaimana tersebut pada ayat (4) harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
  - a. Bentuk/ukuran kertas A4;
  - b. Di bawah bagian cover ditulis:

Dibiayai oleh:

Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Masyarakat  
Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi  
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi  
Sesuai dengan Kontrak Penelitian  
Nomor: 161/E5/PG.02.00.PT/2022



## **Pasal 8** **Monitoring dan Evaluasi**

**PIHAK PERTAMA** dalam rangka pengawasan akan melakukan Monitoring dan Evaluasi internal terhadap kemajuan pelaksanaan Penelitian Tahun Anggaran 2022 ini sebelum pelaksanaan Monitoring dan Evaluasi eksternal oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

## **Pasal 9** **Penilaian Luaran**

1. Penilaian luaran penelitian dilakukan oleh Kemite Penilai/*Reviewer* Luaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Apabila dalam penilaian luaran terdapat luaran tambahan yang tidak tercapai maka dana tambahan yang sudah diterima oleh peneliti harus disetorkan kembali ke kas negara.

## **Pasal 10** **Perubahan Susunan Tim Pelaksana dan Substansi Pelaksanaan**

Perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan substansi pelaksanaan Penelitian ini dapat dibenarkan apa bila telah mendapat persetujuan tertulis dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

## **Pasal 11** **Penggantian Ketua Pelaksana**

- (1) Apabila **PIHAK KEDUA** selaku ketua pelaksana tidak dapat melaksanakan Penelitian ini, maka **PIHAK KEDUA** wajib mengusulkan pengganti ketua pelaksana yang merupakan salah satu anggota tim kepada **PIHAK PERTAMA**.
- (2) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat melaksanakan tugas dan tidak ada pengganti ketua sebagaimana dimaksud pada ayat(1), maka **PIHAK KEDUA** harus mengembalikan dana penelitian kepada **PIHAK PERTAMA** yang selanjutnya disetor ke Kas Negara.
- (3) Bukti setor sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disimpan oleh **PIHAK PERTAMA**.

## **Pasal 12** **Sanksi**

- (1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan Penelitian ini telah berakhir, namun **PIHAK KEDUA** belum menyelesaikan tugasnya, terlambat mengirim laporan Kemajuan, dan/atau terlambat mengirim laporan akhir, maka **PIHAK KEDUA** dikenakan sanksi administratif berupa penghentian pembayaran dan tidak dapat mengajukan proposal penelitian dalam kurun waktu dua tahun berturut-turut.
- (2) Apabila **PIHAK KEDUA** tidak dapat mencapai target luaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5, maka kekurangan capaian target luaran tersebut akan dicatat sebagai hutang **PIHAK KEDUA** kepada **PIHAK PERTAMA** yang apabila tidak dapat dilunasi oleh **PIHAK KEDUA**, akan berdampak pada kesempatan **PIHAK KEDUA** untuk mendapatkan pendanaan penelitian atau hibah lainnya yang dikelola oleh **PIHAK PERTAMA**.



## **Pasal 13 Pembatalan Perjanjian**

- (1) Apabila dikemudian hari terhadap judul Penelitian Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing Pada Industri Makanan Khas Makassar di Sulawesi Selatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 ditemukan adanya duplikasi dengan Penelitian lain dan/atau ditemukan adanya ketidakjujuran, itikad tidak baik, dan/atau perbuatan yang tidak sesuai dengan kaidah ilmiah dari atau dilakukan oleh **PIHAK KEDUA**, maka perjanjian Penelitian ini dinyatakan batal dan **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana penelitian yang telah diterima kepada **PIHAK PERTAMA** yang selanjutnya akan disetor ke Kas Negara.
- (2) Bukti setor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disimpan oleh **PIHAK PERTAMA**.

## **Pasal 14 Pajak-Pajak**

Hal-hal dan/atau segala sesuatu yang berkenaan dengan kewajiban pajak berupa PPN dan/atau PPh menjadi tanggung jawab **PIHAK KEDUA** dan harus dibayarkan oleh **PIHAK KEDUA** ke kantor pelayanan pajak setempat sesuai ketentuan yang berlaku.

## **Pasal 15 Peralatan dan/alat Hasil Penelitian**

Hasil Pelaksanaan Penelitian ini yang berupa peralatan dan/atau alat yang dibeli dari pelaksanaan Penelitian ini adalah milik Negara yang dapat dihibahkan kepada Universitas Bosowa sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## **Pasal 16 Penyelesaian Sengketa**

Apabila terjadi perselisihan antara **PIHAK PERTAMA** dan **PIHAK KEDUA** dalam pelaksanaan perjanjian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses hukum.



# UNIVERSITAS BOSOWA

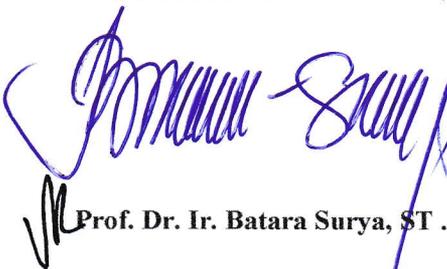
Jalan Urip Sumoharjo Km.4, Makassar-Sulawesi Selatan 90231  
Tlp. 0411 452901 - 452 789, Faks. 0411 424 568  
<http://www.universitasbosowa.ac.id>, email : [info@universitasbosowa.ac.id](mailto:info@universitasbosowa.ac.id)

## Pasal 17 Lain-lain

- (1) **PIHAK KEDUA** menjamin bahwa penelitian dengan judul tersebut di atas belum pernah dibiayai dan/atau diikutsertakan pada Pendanaan Penelitian lainnya, baik yang diselenggarakan oleh instansi, lembaga, perusahaan atau yayasan, baik di dalam maupun di luar negeri.
- (2) Segala sesuatu yang belum cukup diatur dalam Perjanjian ini dan dipandang perlu diatur lebih lanjut dan dilakukan perubahan oleh **PARA PIHAK**, maka perubahan-perubahannya akan diatur dalam perjanjian tambahan atau perubahan yang merupakan satu kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.

Perjanjian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** pada hari dan tanggal tersebut di atas, dibuat dalam rangkap 2 (dua) dan bermeterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku, yang masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama.

### PIHAK PERTAMA

  
  
Prof. Dr. Ir. Batara Surya, ST., M.Sc.

### PIHAK KEDUA

  
Dr. Haeruddin Saleh, S.E., M.Si

**LAPORAN AKHIR**

**ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING  
PADA INDUSTRI MAKANAN KHAS MAKASSAR DI  
SULAWESI SELATAN**



**PENELITI**

**Dr. Haeruddin, SE, M.Si NIDN : 0901086601**

**Dr. Darmawati Manda, SE, M.Si NIDN : 0931127021**

**UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR**

**2022**

### HALAMAN PENGESAHAN

- |   |                                 |   |  |
|---|---------------------------------|---|--|
| 1 | Judul                           | : | ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN<br>BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN<br>KHAS MAKASSAR DI SULAWESI<br>SELATAN |
| 2 | Ketua Tim Pengusul              | : |  |
|   | a Nama Lengkap                  | : | Dr. Haeruddin, SE, M.Si  |
|   | b Jenis Kelamin                 | : | Laki-Laki  |
|   | c NIDN                          | : | 0901086601   |
|   | d Pangkat/Golongan              | : | Lektor Kepala/IV-a   |
|   | e Jabatan                       | : | IV-a   |
|   | f Alamat Kantor                 | : | Urif Sumiharjo, KM 4 Makassar  |
|   | g Email                         | : | <a href="mailto:haeruddin@universitasbosowa.ac.id">haeruddin@universitasbosowa.ac.id</a>                 |
| 3 | Anggota Peneliti                | : |  |
|   | a Nama Lengkap                  | : | Dr. Darmawati Manda, SE, M.Si  |
|   | b Jenis Kelamin                 | : | Perempuan  |
|   | c NIDN                          | : | 0931127021   |
|   | d Pangkat/Golongan              | : | Lektor/III-c   |
|   | e Jabatan                       | : | III-c  |
|   | f Alamat Kantor                 | : | Urif Sumijarjo Km 4 Makassar   |
|   | g Email                         | : | <a href="mailto:Darmawati.manda@universitasbosowa.ac.id">Darmawati.manda@universitasbosowa.ac.id</a>     |
| 4 | Lama Penelitian                 | : | 3 Tahun  |
| 5 | Biaya Penelitian<br>Keseluruhan | : | Rp. 600.000.000,-  |
| 6 | Biaya Peneliti DRPM<br>Tahun 1  | : | Rp. 200.000.000,-  |

Mengetahui  
Ketua Lembaga Penelitian



Makassar, 25 Oktober, 2022  
Ketua Tim Pengusul

Dr. Haeruddin, SE, M.Si  
NIDN : 0901086601

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan Berkah, Rahmat, Karunia dan RidhoNya, tim peneliti dapat menyelesaikan Laporan Hasil Penelitian yang berjudul: “ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN KHAS MAKASSAR DI SULAWESI SELATAN” Laporan Hasil Penelitian ini disusun sebagai salah satu bentukpertanggungjawaban ilmiah atas kegiatan penelitian yang dilakukan oleh Tim Peneliti Kelompok dosen di lingkungan Universitas Bosowa Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan Kontra Penelitian Nomor : 268/LL9/PK.00.PG/2022. tentang Penunjukan Dosen Peneliti pada Kegiatan Penelitian Ristek Dikti Tahun 2022. Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih yang sebesarbesarnya kepada :

1. Yth. Bapak Rektor Universitas Bosowa yang telah memberikan kepercayaan dan dukungan kepada peneliti untuk melakukan penelitian tentang “ ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA INDUSTRI MAKANAN KHAS MAKASSAR DI SULAWESI SELATAN”
2. Yth. Bapak Kepala Direktorat Riset dan Pengabdian Kepada Masyaeakat beserta unsurnya yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Akhirnya, peneliti mengharapkan agar Laporan Hasil Penelitian ini dapat memenuhi fungsinya sebagai khasanah ilmu pengetahuan. Peneliti menyadari pula bahwa Laporan Hasil Penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari para pembaca sangat diharapkan, guna perbaikan dan penyempurnaan Laporan Hasil Penelitian ini. Peneliti tak lupa menyampaikan permohonan maaf jika dalam penulisan Laporan Hasil Penelitian ini terdapat kekeliruan dan kekurangan. Demikian, dan terima kasih.

Makassar, Oktober 2022

Peneliti.

## DAFTAR ISI

|   | Hal |
|---|-----|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>                                  | i   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>                             | ii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                                 | iii |
| <b>DAFTAR ISI</b>                                     | iv  |
| <b>RINGKASAN</b>                                      | V   |
| <br>  |     |
| <b>I PENDAHULUAN</b>                                  | 1   |
| <b>A Latar Belakang</b>                               | 1   |
| <b>B Tujuan Penelitian</b>                            | 2   |
| <br>  |     |
| <b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>                            | 3   |
| <b>A Modal Sumber Daya Manusia</b>                    | 3   |
| <b>B Peluang Pasar</b>                                | 3   |
| <b>C Daya Saing</b>                                   | 4   |
| <b>D Kinerja Usaha</b>                                | 5   |
| <br>  |     |
| <b>III METODE PENELITIAN</b>                          | 7   |
| <b>A Lokasi Penelitian</b>                            | 7   |
| <b>B Pendekatan Penelitian</b>                        | 7   |
| <b>C Metode Pengumpulan Data</b>                      | 7   |
| <b>D Metode Analisis Data</b>                         | 8   |
| <br>  |     |
| <b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                        | 13  |
| <b>A Hasil Penelitian</b>                             | 13  |
| <b>B Karakteristik Responden</b>                      | 15  |
| <b>C Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing</b> | 25  |
| <b>D Modal Manusia Terhadap Keunggulan Bersaing</b>   | 27  |
| <b>E Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis</b>  | 28  |
| <br>  |     |
| <b>V KESIMPULAN</b>                                   | 32  |
| <br>  |     |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                 | 34  |

## RINGKASAN

Pengembangan usaha menjadi bagian integral di dalam perubahan struktur yang sejalan dengan modernisasi agribisnis dan agroindustri yang mendukung ketahanan pangan, serta penguatan produksi dan daya saing industri, antara lain melalui pola pengembangan klaster, percepatan alih teknologi, dan peningkatan sumber daya manusia. Pengembangan berbagai usaha dalam hal ini usaha kecil dan menengah menjadi pilihan strategis untuk mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan dan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Kota Makassar sebagai gerbang Indonesia di bagian Timur memiliki posisi yang strategis dalam mobilitas penduduk Indonesia. Seiring dengan perkembangan pembangunan, sampai saat ini kota Makassar telah menjadi salah satu kota tujuan perjalanan transit bagi sebagian besar penduduk Indonesia terutama bagian Tengah dan Timur. Keadaan ini merupakan peluang yang cukup baik bagi pengembangan usaha, terutama kelompok makanan dan minuman khas Makassar di Sulawesi Selatan. Dengan demikian, tantangan utama usaha makanan khas Makassar ke depan, yaitu menciptakan daya saing produk, dan keberlanjutan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis peluang pasar sebagai determinan peningkatan usaha makanan khas Makassar di Sulawesi Selatan; (2) Menganalisis pengaruh perubahan daya beli masyarakat hubungannya dengan produk makanan khas; (3) Menganalisis daya saing produk makanan khas Makassar sebagai produk unggulan Makassar Sulawesi Selatan; (4) Menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung peluang pasar dan daya saing produk makanan khas Makassar; (5) Merumuskan dan membangun model pengaturan tata kelola, manajemen usaha, dan pengendalian pemanfaatan makanan impor melalui cara menumbuhkan rasa memiliki makanan khas Makassar, dan (6) Merumuskan strategi peningkatan minat dan keberlanjutan usaha makanan khas Makassar. Dari keenam tujuan tersebut diorientasikan pada pencapaian tujuan utama penelitian ini yaitu mengatasi masalah keberlanjutan usaha makanan khas Makassar sebagai peninggalan masyarakat Sulawesi Selatan yang mempunyai sejarah panjang yang dapat menjadi kebanggaan bukan saja secara nasional juga secara internasional.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif Concurrent Triangulation. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, survei dan dokumentasi. Rencana kegiatan yang diusulkan dalam studi ini, mencakup: (1) Formulasi konsep membangun peluang pasar yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat; (2) Formulasi konsep peningkatan kuantitas dan kualitas usaha makanan khas Makassar yang dapat dikenal secara global; (4) Model keberlanjutan usaha makanan khas Makassar; (5) Rumusan strategi dan skenario pengembangan usaha makanan khas berbasis peran masyarakat dalam mencapai ketahanan pangan.

**Kata Kunci :** Potensi sumber daya; peluang pasar; daya saing; keberlanjutan usaha

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, untuk itu setiap usaha dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar, apa yang menjadi keinginan konsumen, serta memahami perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga mampu bersaing dengan usaha-usaha lainnya. Oleh karena itu, suatu usaha harus memahami apa dan bagaimana cara untuk mengelola berbagai sumber daya dimiliki memenangkan persaingan dan menciptakan keunggulan bersaing. Pengusaha harus secara langsung merespon perkembangan pasar tersebut agar keberlanjutan usaha tetap terjaga [1].

Kegiatan pengolahan produk makanan daerah saat ini merupakan salah satu usaha yang sangat menjanjikan bagi masyarakat, dimana sumber daya alam di Provinsi Sulawesi Selatan khususnya di Kota Makassar cukup potensial untuk diolah menjadi makanan khas daerah. Hasil pertanian, peternakan, perkebunan dan potensi laut sangat besar, dan dapat dimanfaatkan menjadi makanan khas daerah seperti coto makassar, sop konro, ikan bakar dan berbagai kue-kue yang tidak ada di daerah lain di Indonesia.

**Tabel 1. Jumlah Industri Makanan Khas Seluruh Kecamatan di Kota Makassar**

| No     | Kecamatan         | Unit Usaha | Jumlah Karyawan |
|--------|-------------------|------------|-----------------|
| 1      | Mariso            | 10         | 27              |
| 2      | Mamajang          | 11         | 28              |
| 3      | Tamalate          | 17         | 48              |
| 4      | RappociniMakassar | 13         | 35              |
| 5      | Makassar          | 15         | 37              |
| 6      | Ujung Pandang     | 9          | 21              |
| 7      | Wajo              | 12         | 15              |
| 8      | Bontoala          | 16         | 30              |
| 9      | Tallo             | 8          | 18              |
| 10     | Panakukang        | 18         | 42              |
| 11     | Manggala          | 14         | 39              |
| 12     | Biringkanaya      | 6          | 36              |
| 13     | Tamalanrea        | 17         | 24              |
| Jumlah |                   | 166        | 400             |

Sumber : APJI Makassar, 2019

Salah satu indikator penilaian kinerja usaha makanan khas Makassar adalah jumlah permintaan belum banyak ke seluruh daerah Indonesia atau keluar negeri, fenomena yang ditemukan menunjukkan bahwa umumnya usaha makanan khas Makassar masih menghadapi banyak keterbatasan baik dalam hal permodalan maupun kualitas dan kuantitas produk, Demikian halnya pelayanan dan produk yang ditawarkan belum semua memberikan keunikan dari lainnya. Isu-isu utama dalam pengelolaan usaha makanan khas Makassar di Sulawesi Selatan adalah: (1). Rendahnya permodalan usaha, (2). Rendahnya kualitas sumber daya manusia, seperti rendahnya penguasaan teknologi, (3) Rendahnya orientasi pasar (4). Penurunan kualitas produk, (5). Kurangnya inovasi produk

## **B. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh dari pada tumbuhnya orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap peningkatan usaha makanan khas Makassar. Selain itu bagaimana cara meningkatkan inovasi dari pada produk makanan khas Makassar sehingga tercipta orientasi pasar dan keunggulan bersaing. Orientasi pasar dan keunggulan bersaing dapat dicapai apabila usaha mampu memberikan nilai yang lebih kepada konsumen dari apa yang diberikan oleh competitor seperti dalam mendesain, memproduksi, efisiensi dalam bentuk siap saji, memasarkan dengan sistem distribusi yang tersedia dan menggunakan teknologi. Untuk menerapkan strategi bersaing secara eksplisit melalui kegiatan-kegiatan usaha yang ada, suatu usaha harus terus memperhatikan perkembangan pasar dan berupaya melakukan inovasi untuk terus bersaing dengan perusahaan lain, dan kualitas layanan sebagai salah satu hal yang pokok [2].

Renstra penelitian dari perguruan tinggi Universitas Bosowa adalah peningkatan ketahanan pangan masyarakat dan sosial humaniora, hal ini sejalan dengan penelitian yang menjadi objek penelitian diorientasikan pada peningkatan daya saing produk dengan berbagai inovasi, sehingga penelitian ini mempunyai keterkaitan. Selain itu dalam penelitian melibatkan mahasiswa yang berjumlah sebanyak 5 orang sebagai wujud dari pelaksanaan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan

harapan mahasiswa menambah wawasan dan mengetahui potensi ekonomi, dunia usaha serta dapat menjadi lebih mandiri.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Modal Sumber Daya Manusia**

Usaha manajemen untuk menghasilkan meningkatkan kinerja dapat dilakukan dengan membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui kemampuan memanfaatkan sumber daya seperti sumber daya organisasi, peralatan, sumber daya manusia, sumber daya tidak berwujud dan reputasi organisasi. Teori ini juga fokus pada bagaimana suatu perusahaan atau organisasi memperlakukan dan mendapatkan keunggulan bersaing dengan mendayagunakan sumber daya (dengan harga yang rendah dan produktivitas yang tinggi), menambah nilai dan menciptakan hambatan agar sulit untuk ditiru pesaing.

Beberapa kajian yang mendukung pentingnya teori sumber daya, menyatakan bahwa: jika sumber daya dan strategi bisnis diformulasi dan diimplementasikan dengan baik dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan secara signifikan. Selanjutnya [3], mengemukakan bahwa sumber daya, kemampuan dan kompetensi inti adalah karakteristik keunggulan bersaing, sumber daya adalah sumber kapabilitas perusahaan. Teori ini juga mengatakan bahwa sumber daya dapat memberikan keunggulan bersaing yang berkelanjutan jika hanya sulit ditransfer atau digunakan sebagai investasi utama yang digunakan sebagai investasi utama yang digunakan untuk meningkatkan keunggulan bersaing [4]. Organisasi merupakan kumpulan sumber daya dan kemampuan atau kapabilitas, berdasarkan teori sumber daya mengemukakan bahwa sumber daya dapat memberikan keunggulan bersaing apabila memiliki karakteristik bernilai, langka tidak dapat ditiru

### **B. Peluang Pasar**

Perkembangan bisnis semakin maju dari waktu ke waktu, perusahaan dan ekonomi semakin menjamur di berbagai belahan dunia. Perusahaan yang telah memulai bisnisnya atau telah sejak lama mengambil bagian penting dalam

perekonomian suatu negara, seperti perusahaan besar, secara progresif mengatur dan mempertimbangkan metodologi tepat untuk membanjiri pasar. Ini ternyata penting untuk menjaga dan pencapaian koherensi perusahaan yang lebih baik. Kapasitas untuk mencapai tujuan dan target untuk mengiklankan item dipengaruhi oleh tingkat investigasi perusahaan yang sebenarnya [5]. Perubahan yang dibawa oleh kemajuan dalam berbagai bidang kehidupan memiliki saran untuk berbagai bidang kehidupan memiliki saran untuk berbagai kebutuhan dan permintaan hidup setiap individu yang tak terelakkan. Setiap usaha hidup dipengaruhi oleh kemajuan sosial yang dicapai oleh lingkungan sekitar, seperti komponen luar lainnya; seperti kondisi keuangan, keadaan politik, keyakinan dan kualitas serta standar yang dianut oleh daerah setempat.

Peluang pasar merupakan suatu kondisi dimana perusahaan dapat bekerja secara produktif jika persyaratan pembeli di satu wilayah terpenuhi [6]. Pasar adalah keadaan signifikan paling produktif di tempat kerja profesional. Mengenai perkembangan perusahaan, perusahaan itu perlu memeriksa pembukaan pasar yang dapat disalah gunakan. Penelitian peluang pasar ini sangat penting, mengingat perusahaan perlu menyadari seberapa besar kebebasan yang dapat diperoleh dalam mempromosikan barang mereka dan dapat memutuskan apakah pasar cukup besar untuk membantu barang yang berbeda dan tetap memberikan keuntungan. Pencapaian suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasarannya sangat dipengaruhi kegiatan bisnis perusahaan. Pembukaan pasar juga untuk menentukan pilihan apakah perusahaan akan terus melakukan latihannya dengan memperluas efisiensinya atau keluar dari pasar.

### **C. Daya Saing**

Daya saing dapat dicapai jika strategi yang ada dapat menciptakan nilai (value creating), dan tidak dilakukan oleh pesaing. Nilai (value) merupakan atribut yang disediakan oleh perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang bersedia dibayar konsumennya [7]. Daya saing, pada dasarnya berkembang nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang pembeli bersedia untuk membayar dan nilai

tersebut berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing untuk manfaat yang sama atau memberikan manfaat yang unik yang lebih daripada sekedar mengimbangi harga yang lebih tinggi. Dalam menghadapi persaingan yang demikian ketat dewasa ini esensi strategi adalah meningkatkan dan mempertahankan keunggulan bersaing melampaui pesaing perusahaan. Keunggulan bersaing yang berkelanjutan yang berkelanjutan adalah tujuan strategis dan fokus utama yang ingin dicapai oleh perusahaan.

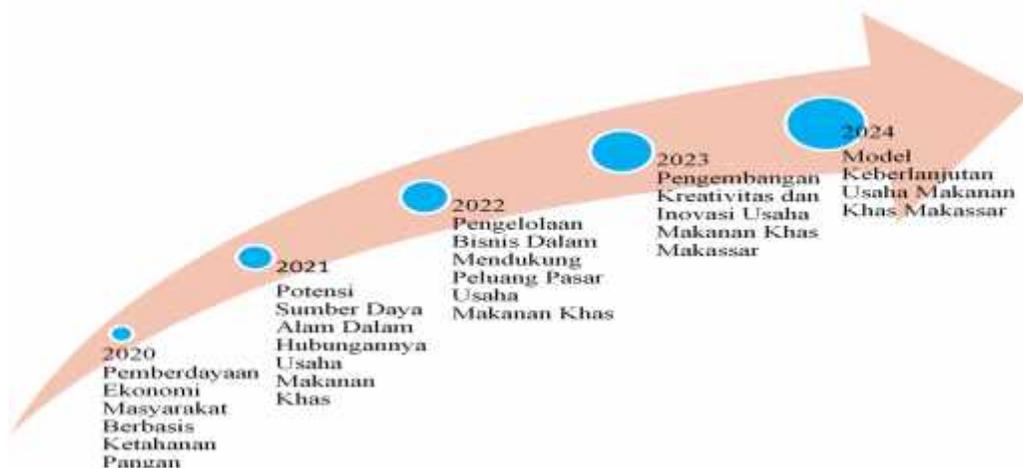
Untuk industri makanan khas Makassar menciptakan keunggulan bersaing harus dapat menciptakan nilai produk yang berbeda dengan yang ditawarkan oleh pesaingnya. Perbedaan tersebut bisa dalam bentuk produk dengan kemasan yang lebih menarik disertai dengan adanya informasi tentang produk, system delivery produk maupun pada proses pelayanan yang lebih baik kepada konsumen. Keunggulan bersaing akan menciptakan kinerja perusahaan yang baik, hal ini sesuai dengan yang diutarakan oleh [8]. Sedangkan menurut [9], juga menemukan hubungan antara keunggulan bersaing dengan kinerja usaha. Berdasarkan hal tersebut yang telah dikemukakan di atas dapat dikatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi dalam dimensi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan nilai/manfaat yang lebih besar daripada yang diberikan oleh pesaingnya.

#### **D. Kinerja Usaha**

Kinerja secara sederhana dapat didefinisikan sebagai *the end activity* atau hasil akhir suatu kegiatan. Para ahli mengemukakan bahwa performance history suggests that marketing performance measures have moved in three consistent directions over the years: first from (1) financial to non-financial output measure; (2) from output to input measures, third, (3) from unidimensional to multidimensional measures [10]. Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Kinerja merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan sesuatu pekerjaan yang diminta [11]. Kinerja merupakan salah satu kumpulan total dari kerja yang ada pada diri pekerja [12]. Kinerja dipengaruhi oleh tujuan [13]. Kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan, untuk menyelesaikan tugas dan pekerjaan, seseorang harus memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Kesediaan dan keterampilan seseorang tidaklah cukup efektif untuk mengerjakan sesuatu tanpa pemahaman yang jelas tentang apa yang akan dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya [14].

Kinerja merujuk kepada pencapaian tujuan karyawan atau tugas yang diberikan [15]. Kinerja merujuk kepada tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik [16]. Pencapaian tujuan yang telah ditetapkan merupakan salah satu tolak ukur kinerja individu. Ada tiga kriteria dalam melakukan penilaian kinerja individu, yakni (a) tugas individu, (b) perilaku individu dan, (c) ciri individu. Adapun Road Map dari penelitian, peneliti telah melakukan berbagai penelitian yang berhubungan judul penelitian yang akan dilakukan yaitu hiba penelitian dasar dari Kemendik Ristekdikti sebagai berikut :



### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar dan yang menjadi wilayah operasional adalah usaha makanan khas daerah yang ada di Kota Makassar, adapun waktu penelitian selama 3 (tiga) tahun dimulai tahun 2022 sampai tahun 2024. Penelitian ini dilaksanakan di kota Makassar Sulawesi Selatan, pertimbangan pemilihan lokasi penelitian ini yaitu : (i) Kota Makassar merupakan kawasan yang banyak melakukan kegiatan usaha makanan khas; (ii) Terdapat sumber daya sebagai bahan baku untuk produk makanan khas dan berbatasan beberapa daerah sebagai sumber yang dapat menjadi pemasok bahan baku; (iii) Merupakan daerah pusat kegiatan ekonomi dan sebagai tempat transit untuk berbagai pendatang dari seluruh Indonesia.

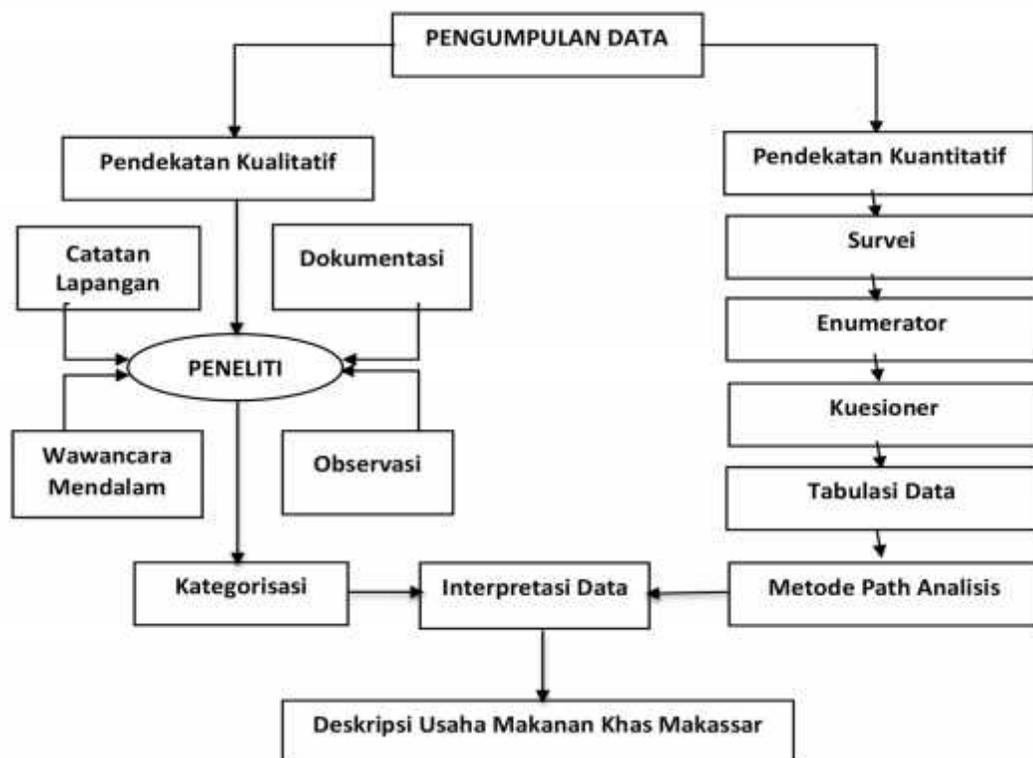
#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah gabungan antara kualitatif dan kuantitatif (mixed method) dan jenis penelitian yang dipilih adalah studi kasus yang mengutamakan kualitas data [17], [18]. Pendekatan kuantitatif menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan pengujian hipotesis yang diperoleh dari hasil penelitian kualitatif kemudian diuji dengan menggunakan metode analisis regresi dan Path Analisis.

#### **C. Metode Pengumpulan Data**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, langkah-langkah yang harus dilakukan adalah: (a). Memahami latar penelitian. Untuk mendukung hal tersebut maka peneliti melakukan observasi dan penguatannya melalui wawancara mendalam; (b). Memasuki lapangan, pada proses ini dilakukan pendalaman untuk tujuan memahami situasi serta mempelajari keadaan dan latar belakang orang-orang yang menjadi subjek penelitian untuk tujuan meningkatkan hubungan peneliti dengan subjek yang diteliti, sehingga berjalan secara harmonis; (c). Berperan serta sambil mengumpulkan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini

yaitu: (1) Observasi, dilakukan untuk mengamati kondisi dan karakteristik masyarakat Makassar; (2) Wawancara mendalam, dilakukan untuk tujuan menetapkan pemahaman ke dalam lingkungan terbatas dari realitas sosial sebagaimana adanya; (3). Survei dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner terhadap 150 responden dan; (4) Dokumentasi, penelitian ini menggunakan berbagai dokumen yang berhubungan dengan situasi dan kondisi kawasan usaha makanan khas Makassar. Metode pengumpulan data dijelaskan pada gambar 2.

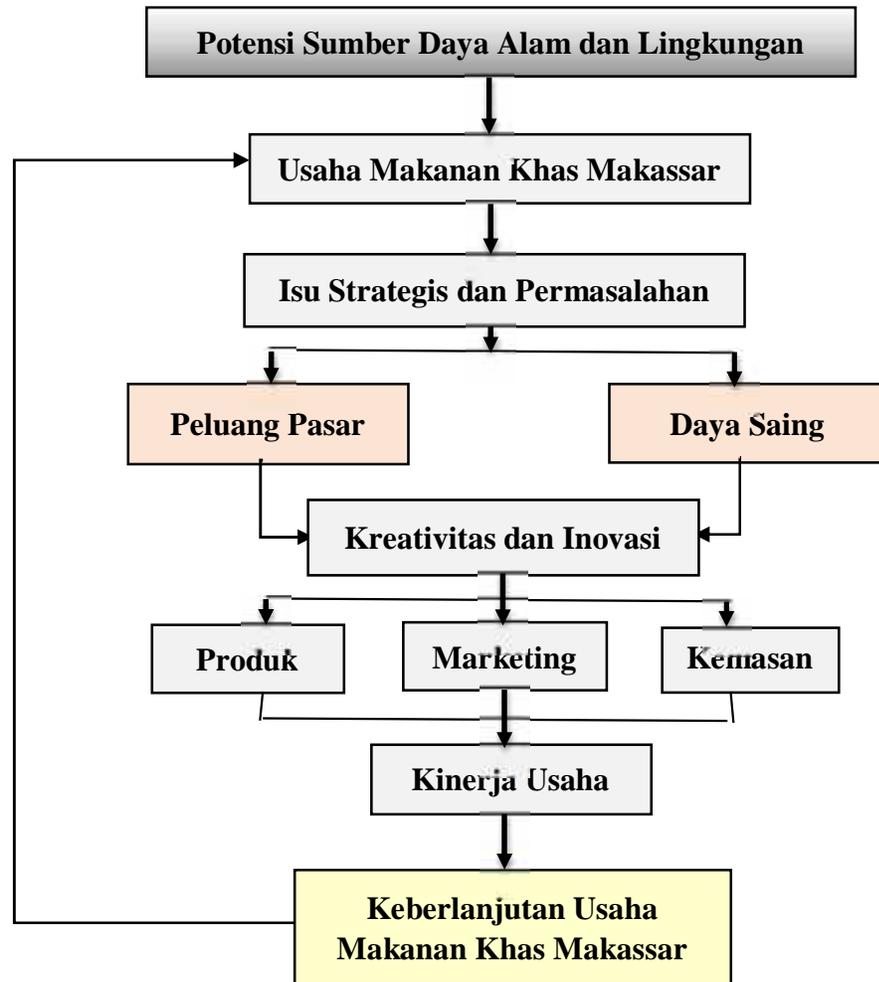


Gambar 2 Alur Metode Pengumpulan Data Penelitian

#### D. Metode Analisis Data

Tahap analisis data dilakukan untuk tujuan perumusan konsep dasar dan analisis data. Pekerjaan analisis data dalam penelitian ini adalah mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode dan mengkategorikan. Pengorganisasian tersebut dilakukan dengan tujuan menemukan tema penelitian guna

diangkat menjadi teori substantif. Analisis data dilakukan dengan cara mengkombinasikan analisis dari data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif baik dalam bentuk tabel dan hasil tabulasi data maupun dari hasil professional judgement dan analisis kepakaran, diantaranya analisis biofisik, analisis sosial ekonomi dan budaya serta analisis kelembagaan. Langkah yang dipergunakan untuk penelitian kualitatif disaat yang bersamaan juga digunakan pada penelitian kuantitatif. Pada saat interpretasi atau analisis, masing-masing data dilakukan reduksi, untuk data kualitatif dilakukan kategorisasi dan data kuantitatif dilakukan analisis statistik deskriptif dan pengujian hipotesis dengan menggunakan Path Analisis. Kemudian dilakukan interpretasi yang bersifat triangulasi. Diagram alir sistematika kegiatan penelitian dijelaskan pada gambar 3. Sedangkan tugas masing-masing anggota tim pengusul dijelaskan pada tabel 2.



Gambar 3. Alur Sistematika Kegiatan Penelitian

Tabel 2. Susunan Tim Pengusul Dan Pembagian Tugas, Penelitian Dasar

| No | Nama/NIDN                    | Instansi Asal           | Bidang Ilmu           | Alokasi Waktu (jam/minggu) | Uraian Tugas   |
|----|------------------------------|-------------------------|-----------------------|----------------------------|--|
| 1. | Dr. Haeruddin Saleh, SE, MSi | Universitas Bosowa      | Ilmu Ekonomi Regional | 18 jam/minggu              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan penelitian,</li> <li>- Merumuskan format pendataan dan instrumen penelitian</li> <li>- Merumuskan dan memformulasikan hasil penelitian sesuai metode yang digunakan</li> <li>- Merumuskan sintesis hasil penelitian</li> <li>- Merumuskan model optimisasi pengelolaan usaha makanan khas makassar</li> <li>- Merumuskan konsep akhir penelitian dan implikasinya</li> </ul> |
| 2  | Dr. Darmawati Manda, SE, MSi | Universitas Bosowa      | Ekonomi Manajemen     | 15 jam/minggu              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Merumuskan instrumen penelitian</li> <li>- Mengkaji peluang pasar makanan khas Makassar</li> <li>- Menganalisis hasil pengolahan data</li> <li>- Merumuskan formulasi hasil kegiatan</li> <li>- Merumuskan konsep akhir penelitian</li> </ul>   |
| 3  | Yuliatri                     | Swasta usaha makan khas | Ekonomi               | 15 jam/minggu              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengidentifikasi lokasi obyek penelitian</li> <li>- Melakukan pengamatan lapangan (observasi, survei dan wawancara mendalam)</li> <li>- Mengkaji dan menganalisis data</li> <li>- Merumuskan hasil penelitian</li> </ul>  |

Keikutsertaan mahasiswa dalam penelitian ini juga disertakan dengan merupakan tujuan daripada merdeka belajar untuk memberikan kesempatan mendapatkan pengetahuan dan pengalaman di luar kampus. Mahasiswa adalah merupakan obyek pelaksanaan proses belajar dan menjadi subyek terhadap penelitian sehingga pelaksanaan kegiatan program keberadaan mahasiswa diharapkan intensitas dan partisipasi aktif selama kegiatan berjalan. Intensitas dan partisipasi aktif mahasiswa pada program ini mempunyai manfaat kualitas keserjanaan pada saat mengakhiri kuliah menjadi alumni.

## **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

Kota Makassar sebagai gerbang Indonesia di bagian Timur memiliki posisi yang strategis dalam mobilitas penduduk Indonesia. Seiring dengan perkembangan pembangunan, sampai saat ini Kota Makassar telah menjadi salah satu kota tujuan perjalanan dan transit bagi sebagian besar penduduk Indonesia terutama di bagian Tengah dan Timur. Keadaan ini merupakan peluang yang cukup baik bagi pengembangan UKM pada kelompok makanan dan minuman khas daerah.

Kegiatan pengolahan produk makanan khas daerah saat ini merupakan salah satu usaha yang sangat menjanjikan bagi masyarakat, dimana sumber daya alam di provinsi Sulawesi Selatan khususnya Kota Makassar cukup potensial untuk diolah menjadi makan khas. Hasil pertanian, peternakan, perkebunan dan potensi laut sangat besar, dan dapat dimanfaatkan menjadi makanan khas daerah seperti coto makassar, sop saudara, ikan bakar, sop kepala ikan kakap, otak-otak. Selain itu berbagai jenis kue-kue tradisional yang unik dan merupakan hasil budaya yang turun temurun yang memiliki citarasa yang khas. Berbagai jenis kue khas Makassar seperti kue barongko, kue cucuru bayao, sanggara balanda, kue sikaporo, berbagai makanan isi bosara lainnya. Selain itu beraneka minuman khas makassar yang populer di masyarakat antara lain markisa, sirup pisang ambon, aneka makanan dan minuman khas Makassar ini yang merupakan hasil budaya yang turun temurun menjadi kekayaan masyarakat Sulawesi Selatan pada umumnya dan masyarakat kota Makassar pada khususnya.

Persiapan produk baru yang inovatif merupakan salah satu cara yang dapat memenangkan persaingan. Inovasi berarti mengalami konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru, menciptakan inovasi agar dapat memiliki posisi strategis di pasar dan menahan serangan dari para pesaing dengan tujuan utama memenuhi permintaan pasar sehingga yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi suatu usaha dan harus mempunyai produk yang inovatif supaya penjualan produk tinggi dan mempunyai keunggulan

dalam bersaing. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memberikan pemikiran-pemikiran baru, gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif. Keunggulan bersaing dapat dicapai apabila usaha mampu memberikan nilai yang lebih kepada konsumen dari apa yang diberikan oleh pesaing seperti dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produk.

Tabel 1. Jumlah Industri Kecil Makanan Seluruh Kecamatan/Kota di Makassar

| No. | Kecamatan     | Unit Usaha | Jumlah Karyawan |
|-----|---------------|------------|-----------------|
| 1   | Mariso        | 12         | 31              |
| 2   | Mamajang      | 13         | 32              |
| 3   | Tamalate      | 17         | 52              |
| 4   | Rappocini     | 15         | 35              |
| 5   | Makassar      | 15         | 37              |
| 6   | Ujung Pandang | 9          | 21              |
| 7   | Wajo          | 12         | 25              |
| 8   | Bontoala      | 18         | 30              |
| 9   | Tallo         | 8          | 18              |
| 10  | Panakkukang   | 20         | 52              |
| 11  | Manggala      | 16         | 39              |
| 12  | Biringkanaya  | 8          | 26              |
| 13  | Tamalanrea    | 19         | 34              |
|     | Jumlah        | 182        | 432             |

Sumber : APJI Makassar 2021

Dari tabel di atas memberikan gambaran perkembangan usaha makanan khas yang ada di Makassar, pada tahun 2021 jumlah usaha yang bergerak ada usaha makanan khas dari 13 kecamatan yang ada di Kota Makassar mencapai 182 usaha dengan jumlah tenaga kerja yang terserap mencapai 432 orang. Potensi tersebut apabila dikembangkan dengan baik dengan berbagai cara seperti memperhatikan aspek orientasi pasar dan sumber daya manusia terhadap keunggulan bersaing maka dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian daerah.

## B. Karakteristik Responden

Jumlah responden yang diteliti sebanyak 59 yang bergerak dalam industri makanan khas Makassar yang tersebar di 13 kecamatan di Kota Makassar. Responden yang diteliti terdiri atas beberapa kategori, yaitu berdasarkan usia, latar belakang pendidikan, lamanya usaha dan jenis kelamin. Identitas responden penting untuk dipaparkan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari masing-masing responden dalam kaitannya dengan variabel yang dikaji dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Identitas Responden

| No     | Jenis<br>Kelamin | Usia |     |     | Pendidikan |     |         | Lama Usaha |    |    |
|--------|------------------|------|-----|-----|------------|-----|---------|------------|----|----|
|        |                  | <20  | <30 | <50 | SMA        | DIP | Sarjana | <3         | <5 | 5< |
| 1      | Laki-Laki        | 7    | 10  | 6   | 12         | 10  | 3       | 10         | 6  | 5  |
| 2      | Perempuan        | 11   | 15  | 10  | 18         | 13  | 5       | 12         | 10 | 6  |
| Jumlah |                  | 18   | 25  | 16  | 30         | 23  | 8       | 22         | 16 | 11 |
| Total  |                  | 59   |     |     |            | 59  |         | 59         |    |    |

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jumlah yang dominan berdasarkan tingkatan usia jenis kelamin adalah usia 30 tahun ke bawah dan umumnya adalah wanita sebanyak 25 orang berusia 30 tahun ke bawah. Selanjutnya didasarkan pada latar belakang pendidikan didominasi oleh responden yang berlatar belakang pendidikan SMA atau SMK dan umumnya wanita sebanyak 30 orang responden. Berikut didasarkan pada lamanya usaha didominasi oleh responden yang telah melakukan usaha 3 tahun ke bawah dan umumnya adalah wanita. Selain dari identitas responden di atas, pada tabel berikut dapat dikemukakan latar belakang usaha, diantaranya mencakup beberapa pertanyaan yaitu: alasan menjalankan usaha, sumber modal usaha, dan kepemilikan usaha. Usaha lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel beriku:

Tabel 3. Latar Belakang Usaha Responden

| No     | Jenis Kelamin | Alasan Menjalankan Usaha |               |                 | Total |
|--------|---------------|--------------------------|---------------|-----------------|-------|
|        |               | Sumber Daya              | Peluang Pasar | Desakan Ekonomi |       |
| 1      | Laki-Laki     | 8                        | 11            | 15              | 34    |
| 2      | Perempuan     | 9                        | 10            | 6               | 25    |
| Jumlah |               | 17                       | 21            | 21              | 59    |

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel tersebut di atas menjelaskan alasan pelaku usaha terjun dalam dunia usaha industri makanan disebabkan oleh tiga alasan, dimana jumlah yang paling dominan sebanyak 75 orang yang memiliki alasan karena melihat adanya peluang usaha yang umumnya didominasi oleh laki-laki. Diikuti oleh jumlah responden yang disebabkan oleh faktor keterdesakan ekonomi sebanyak 21 orang dan umumnya didominasi oleh laki-laki. Berikut adalah karena alasan sumber daya yang tersedia dan umumnya didominasi laki-laki. Secara umum dapat dikemukakan bahwa jumlah yang paling dominan diantara responden, laki-laki yang memiliki dominasi untuk ketiga alasan dalam menjalankan usaha.

Selain alasan tersebut di atas, faktor ketersediaan sumber modal usaha dapat melatar belakangi seseorang terjun ke dalam usaha industri makanan khas Makassar. Sumber modal usaha merupakan salah satu alasan bagi kelancaran operasional usaha skala kecil dan menengah, walaupun sebagian pendapat ahli menganggap sebagai alasan klasik. Selain itu dapat dikatakan bahwa secara umum usaha skala kecil dan menengah belum dapat dikatakan sebagai usaha yang bankable. Sehingga kesulitan akan modal usaha menjadi alasan utama bagi kelancaran usaha. Seperti yang tampak pada tabel berikut dapat dijelaskan berkaitan dengan ketersediaan sumber modal sendiri maupun sumber modal pinjaman.

Tabel 4. Tanggapan Responden Tentang Status Karyawan

| No     | Jenis Kelamin | Sumber Modal Usaha |                | Total |
|--------|---------------|--------------------|----------------|-------|
|        |               | Modal Sendiri      | Modal Pinjaman |       |
| 1      | Keluarga      | 15                 | 12             | 27    |
| 2      | Orang lain    | 13                 | 9              | 22    |
| Jumlah |               | 28                 | 21             | 59    |

Sumber : Data Diolah 2022

Tabel tersebut menunjukkan jumlah responden yang umumnya pemilik usaha menjalankan usaha industri makanan khas menggunakan modal sendiri yang didominasi oleh laki-laki. Demikian halnya dengan pemilik usaha yang menggunakan modal pinjaman didominasi oleh laki-laki. Keterlibatan orang lain maupun pihak keluarga yang menjad karyawan dalam perusahaan seringkali menjadi salah satu faktor yang seringkali menjadi perhatian pemilik usaha. Seringkali karyawan yang memiliki hubungan kekeluargaan atau kerabat terdekat dianggap lebih baik dan dapat dipercaya dibanding orang lain. Namun tidak jarang pula karyawan yang berasal dari keluarga sering menimbulkan ketidakdisiplinan karena adanya rasa segan dan ketersinggungan di banding jika menggunakan orang lain. Terkait dengan hal tersebut dapat dijelaskan melalui tabel sebagai berikut.

Tabel 5. Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Karyawan

| No | Jenis Kelamin | Perilaku Karyawan |                   |             | Total |
|----|---------------|-------------------|-------------------|-------------|-------|
|    |               | Disiplin          | Bertanggung Jawab | Profesional |       |
| 1  | Keluarga      | 8                 | 14                | 4           | 26    |
| 2  | Orang lain    | 12                | 9                 | 12          | 33    |
|    | Jumlah        | 20                | 23                | 16          | 59    |

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa dari 59 pemilik usaha umumnya menganggap bahwa perilaku karyawan yang bukan keluarga lebih banyak yang disiplin dibanding karyawan yang berasal dari pihak keluarga. Selanjutnya dari aspek tanggung jawab menunjukkan lebih banyak pemilik usaha yang menganggap karyawan yang bukan keluarga bertanggung jawab dibanding karyawan dari pihak

keluarga. namun dari aspek profesionalisme, lebih banyak pemilik usaha yang menganggap karyawan yang bukan keluarga profesionalisme dibanding karyawan dari pihak keluarga. Data yang telah diperoleh dari berbagai responden maka terlebih dahulu dilakukan Uji validitas sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

| No | Variabel                | Indikator | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|----|-------------------------|-----------|--------------------|------------|
| 1. | Orientasi Pasar (X1)    | X1.1      | 0.773              | Valid      |
|    |                         | X1.2      | 0.862              | Valid      |
|    |                         | X1.3      | 0.754              | Valid      |
| 2  | Modal Manusia (X2)      | X2.1      | 0.843              | Valid      |
|    |                         | X2.2      | 0.850              | Valid      |
|    |                         | X2.3      | 0.642              | Valid      |
| 3  | Keunggulan Bersaing (Y) | Y1        | 0.653              | Valid      |
|    |                         | Y2        | 0.912              | Valid      |
|    |                         | Y3        | 0.903              | Valid      |
|    |                         | Y4        | 0.694              | Valid      |
| 4  | Kinerja Bisnis (Z)      | Z1        | 0.821              | Valid      |
|    |                         | Z2        | 0.902              | Valid      |
|    |                         | Z3        | 0.865              | Valid      |

Sumber; Data diolah kembali, 2022

Uji validitas adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Menurut Sugiono mengungkapkan bahwa instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur [19]. Menggunakan instrumen yang valid dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan. Jika r koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,30 maka indikator dikatakan valid.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel orientasi pasar, modal manusia, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis memiliki

pearson correlation (koefisien korelasi) yang lebih besar dari 0,30, sehingga seluruh indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

Uji reliabilitas adalah suatu teknik analisis data untuk menguji konsisten tidaknya suatu variabel penelitian. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yg sama [20]. Menggunakan instrumen yang reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi reliabel. Apabila angka koefisien alpha (Cronbach's Alpha) diatas 0,60 atau  $r = 0.60$  maka korelasi tersebut signifikan dan instrumen tersebut reliabel untuk digunakan.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel            | Cronbach's Alpha | Keterangan   |
|----|---------------------|------------------|--------------|
| 1  | Orientasi Pasar     | 0.712            | Reliabilitas |
| 2  | Modal Manusia       | 0.704            | Reliabilitas |
| 3  | Keunggulan Bersaing | 0.801            | Reliabilitas |
| 4  | Kinerja Bisnis      | 0.825            | Reliabilitas |

Sumber: Data diolah kembali, 2022

Uji validitas adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Instrumen yang valid adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur [21]. Menggunakan instrumen yang valid dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan. Jika r koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,30 maka indikator dikatakan valid.

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel orientasi pasar, modal manusia, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis memiliki pearson correlation (koefisien korelasi) yang lebih besar dari 0,30, sehingga seluruh indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

Uji reliabilitas adalah suatu teknik analisis data untuk menguji konsisten tidaknya suatu variabel penelitian. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yg sama [22]. Menggunakan instrumen yang reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi reliabel. Apabila angka koefisien alpha (Cronbach's Alpha) diatas 0,60 atau  $r = 0.60$  maka korelasi tersebut signifikan dan instrumen tersebut reliabel untuk digunakan.

Tabel 8. Hasil Uji KMO

| No | Variabel            | KMO   |
|----|---------------------|-------|
| 1  | Orientasi Pasar     | 0.762 |
| 2  | Modal Manusia       | 0.781 |
| 3  | Keunggulan Bersaing | 0.807 |
| 4  | Kinerja Bisnis      | 0.673 |

Sumber : Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji KMO pada variabel orientasi pasar, modal manusia, keunggulan bersaing dan kinerja bisnis memperlihatkan setiap variabel sudah memiliki  $KMO > 0,5$ . Hal ini menyimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki kecukupan sampel untuk analisis faktor. Kelayakan model uji faktor untuk masing-masing variabel dapat dilihat dari nilai Measures of Sampling Adequacy (MSA). Nilai MSA yang diperoleh dari masing-masing variabel. Masing-masing variabel sudah lebih besar dari 0,5. Hal ini berarti masing-masing model layak dalam analisis faktor.

$$Y1 = 0,392 X1 + 0,533 X2$$

$$Se = 0,055 \quad 0,132$$

$$t = 3,736 \quad 5,074$$

$$\text{Sig } t = 0,000 \quad 0,000$$

$$R2 = 0,768$$

$$F = 92,462$$

$$\text{Sig } F = 0,000$$

Berdasarkan hasil analisis jalur substruktur 2, maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut:

$$Y2 = 0,261 X1 + 0,418 X2 + 0,268 Y1$$

$$Se = 0,045 \quad 0,117 \quad 0,098$$

$$t = 2,322 \quad 3,441 \quad 2,089$$

$$\text{Sig } t = 0,024 \quad 0,001 \quad 0,041$$

$$R2 = 0,790$$

$$F = 69,027$$

$$\text{Sig } F = 0,000$$

Berdasarkan model substruktur 1 dan substruktur 2, maka dapat disusun model diagram jalur akhir. Sebelum menyusun model diagram jalur akhir, terlebih dahulu dihitung nilai standar error sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Pe_1 &= 1 - R_1^2 \\ &= 1 - 0,589 = 0,641 \end{aligned}$$

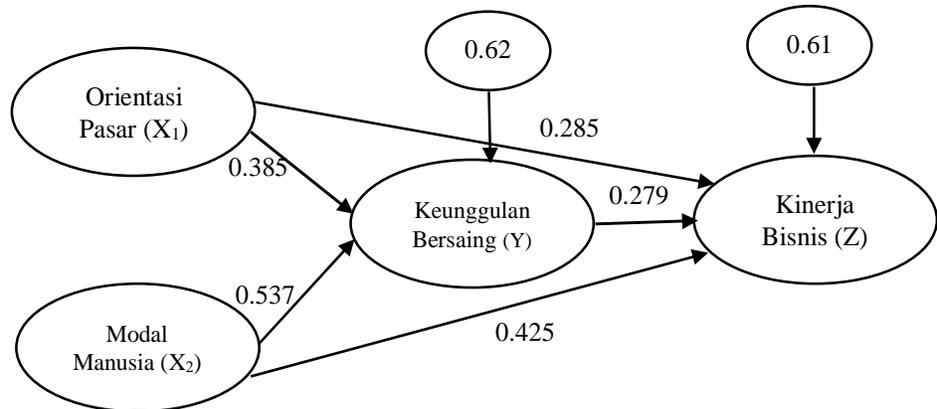
$$\begin{aligned} Pe_2 &= 1 - R_2^2 \\ &= 1 - 0,624 = 0,613 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan pengaruh error ( $Pe_1$ ), didapatkan hasil pengaruh error ( $Pe_1$ ) sebesar 0,641 dan pengaruh error ( $Pe_2$ ) sebesar 0,613. Hasil koefisien determinasi total adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} R^2 &= 1 - (Pe_1)^2 - (Pe_2)^2 \\ &= 1 - (0,641)^2 - (0,613)^2 \\ &= 1 - (0,410) - (0,376) \\ &= 1 - 0,154 \\ &= 0,846 \end{aligned}$$

Nilai determinasi total sebesar 0,846 mempunyai arti bahwa sebesar 84,6% variasi Kinerja Bisnis dipengaruhi oleh variasi Orientasi Pasar, Modal Manusia dan Keunggulan bersaing, sedangkan sisanya sebesar 15,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil koefisien jalur pada hipotesis penelitian dapat digambarkan pada gambar 1 berikut :



**Gambar 1 Model Diagram Jalur Akhir**

Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 1, maka dapat dihitung besarnya pengaruh langsung antar variabel, tidak langsung antar variabel dan pengaruh total, yang dirangkum dalam Tabel sebagai berikut :

Tabel 9. Pengaruh Antar Variabel

| Pengaruh Variabel  | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tidak Langsung | Pengaruh Total |
|--------------------|-------------------|-------------------------|----------------|
| $X1 \rightarrow Y$ | 0.385             | -                       | 0.385          |
| $X1 \rightarrow Z$ | 0.285             | 0.107                   | 0.392          |
| $Y \rightarrow Z$  | 0.279             | -                       | 0.279          |
| $X2 \rightarrow Y$ | 0.537             | -                       | 0.537          |
| $X2 \rightarrow Z$ | 0.425             | 0.134                   | 0.559          |

Sumber: Hasil olah data, 2022

Berdasarkan hasil analisis pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan kompetitif diperoleh nilai Sig. t sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,385. Nilai Sig. t  $0,000 < 0,05$  mengindikasikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil analisis pengaruh modal manusia terhadap keunggulan bersaing diperoleh nilai Sig. t sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,537. Nilai Sig. t  $0,000 < 0,05$  mengindikasikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa modal manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis diperoleh nilai Sig. t sebesar 0,041 dengan nilai koefisien beta 0,279. Nilai Sig. t  $0,041 < 0,05$  mengindikasikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis diperoleh nilai Sig. t sebesar 0,024 dengan nilai koefisien beta 0,279. Nilai Sig. t  $0,024 < 0,05$  mengindikasikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan hasil analisis pengaruh modal manusia terhadap kinerja bisnis diperoleh nilai Sig. t sebesar 0,425 dengan nilai koefisien beta 0,001. Nilai Sig. t  $0,001 < 0,05$  mengindikasikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa modal manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis pertama ( $H_1$ ), ditemukan bahwa hasil orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,385 dengan signifikansi sebesar 0,00. Pengaruh tersebut positif dan signifikan dan  $H_1$  diterima karena nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar yang telah dilakukan perusahaan dapat berpengaruh secara langsung dalam menciptakan keunggulan bersaing. Para pemilik atau pengelola usaha makanan tradisional di Kota Makassar sudah menyadari bahwa hanya usaha yang melakukan orientasi pasar yang dapat bertahan di tengah persaingan yang ada, karena produknya memiliki keunggulan bersaing di benak pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan hipotesis sebelumnya yang dilakukan oleh para peneliti ditemukan bahwa orientasi

pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing [23], [24].

Hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis kedua (H2), ditemukan bahwa hasil inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,537 dengan signifikansi sebesar 0,00. Pengaruh tersebut positif dan signifikan dan H2 diterima karena signifikansi lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa modal manusia yang telah dilakukan perusahaan dapat berpengaruh secara langsung dalam menciptakan keunggulan bersaing. Para pemilik atau pengelola usaha makanan tradisional di Kota Makassar sudah menyadari bahwa dengan melakukan inovasi-inovasi baik dalam proses maupun produk yang dihasilkan dapat meningkatkan nilai unggul di benak pelanggan, sehingga dapat bertahan dalam persaingan yang sangat ketat sekalipun. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Killa [25], Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. [26].

Hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis kedua (H3), ditemukan bahwa hasil keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja bisnis sebesar 0,279 dengan signifikansi sebesar 0,041. Pengaruh tersebut positif dan signifikan dan H3 diterima karena signifikansi lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan bersaing yang telah didapat perusahaan dapat berpengaruh secara langsung dalam peningkatan kinerja bisnis. Dilihat dari jawaban responden, dapat disimpulkan adanya keterkaitan antara keunggulan bersaing dan kinerja bisnis. Pemilik atau pengelola usaha makanan tradisional di Kota Makassar menyadari bahwa untuk meningkatkan kinerja bisnis maka perusahaan harus menciptakan keunggulan bersaing terlebih dahulu. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian [27], [28], [29], [30], [31], ditemukan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis kedua (H4), ditemukan bahwa hasil orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis sebesar 0,285 dengan signifikansi sebesar 0,024. Pengaruh tersebut positif dan signifikan dan H4 diterima

karena signifikansi lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnis. Para pemilik atau pengelola usaha makanan tradisional di Kota Makassar menyadari dengan memperhatikan, mendapatkan informasi serta menyikapi tiga dimensi orientasi pasar yaitu pelanggan, pesaing dan koordinasi antar fungsi di dalam perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnis. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian [32], [33], ditemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis kedua (H5), ditemukan bahwa hasil modal manusia berpengaruh terhadap kinerja bisnis sebesar 0,425 dengan signifikansi sebesar 0,001. Pengaruh tersebut positif dan signifikan dan H5 diterima karena signifikansi lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa modal manusia yang telah dilakukan perusahaan dapat berpengaruh secara langsung dalam meningkatkan kinerja bisnis. Para pemilik atau pengelola usaha makanan tradisional di Kota Makassar sudah menyadari bahwa dengan menciptakan atau mengembangkan sesuatu yang baru baik dalam proses maupun produk yang sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan membeli produk perusahaan, sehingga meningkatkan kinerja bisnis yaitu penjualan, laba dan target pasar. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian [34], [35] ditemukan bahwa variabel modal manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis

### **C. Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing**

Orientasi pasar terdiri atas empat dimensi yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antar fungsi, dan orientasi laba. Orientasi pelanggan mencakup semua aktivitas yang berkontribusi pada pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan preferensi para pelanggan sarannya dan pada kemampuan perusahaan untuk merancang produk dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan dan preferensi tersebut. Orientasi pesaing mencerminkan pemahaman terhadap kekuatan dan kelemahan jangka pendek dan kapabilitas dan strategi jangka panjang para pesaing utama saat ini

dan pesaing potensial utama perusahaan, serta kemampuan merespon aktivitas dan strategi pesaing. Koordinasi antar fungsi mengacu pada tingkat koordinasi antar fungsi atau departemen berbeda dalam sebuah perusahaan dan tingkat penyebarluasan informasi antar departemen

Variabel orientasi pasar yang diukur dengan menggunakan 3 (tiga) item indikator pernyataan untuk mengukur variabel orientasi pasar yang digunakan dalam penelitian ini. Dari 3 (tiga) item variabel orientasi pasar nilai rerata jawaban responden atas variabel orientasi pasar adalah menggambarkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan informasi pasar. Untuk itu yang perlu dilakukan pada para pengusaha khas Makassar adalah pemahaman yang memadai tentang target beli pelanggan dengan meletakkan kepentingan pelanggan pada urutan yang pertama sementara tidak meniadakan stakeholder yang lain seperti pemilik, manajer dan karyawan dengan tujuan agar dapat menciptakan nilai unggul bagi pembeli secara terus menerus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian dalam penelitian ini ditemukan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing. Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Orientasi pasar merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya. Konsep pemasaran menyatakan bahwa untuk mencapai tujuan organisasi seperti market share dan profitabilitas tergantung pada kemampuan perusahaan dalam menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan memuaskannya dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan para pesaingnya.

#### **D. Modal Manusia Terhadap Keunggulan Bersaing**

Modal manusia dianggap mampu memanfaatkan segala sumber daya yang ada secara optimal guna mencapai tujuan organisasi. Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa modal manusia adalah sebuah kekuatan yang sangat penting dalam membangun kekayaan perusahaan. Modal manusia yang unggul berpotensi membantu kepemimpinan untuk menjadi lebih efektif dan unggul, membantu pembentukan organisasi yang berbudaya kuat, membantu peningkatan kinerja perusahaan, serta membantu menciptakan potensi bisnis baru dan hasil kreativitas dan inovasi. Modal manusia yang unggul akan menjadi solusi luar biasa, untuk meningkatkan daya saing perusahaan di level local dan global.

Modal manusia sangat penting yang diperuntukkan bagi para karyawan yang memiliki kemampuan analisis dan komunikasi yang kuat, sifat dan karakter kewirausahaan yang kuat dalam menjalankan usaha, memiliki keterampilan dalam menjalankan usaha, dan unggul dalam kreativitas. Keunggulan kualitas karyawan sebagai modal manusia dalam perusahaan, akan memungkinkan perusahaan menjaga daya saing, agar dapat memenangkan kompetisi bisnis. Sikap proaktif kepemimpinan perusahaan untuk melindungi modal manusia, seperti melindungi aset penting lainnya, akan membuat perusahaan dan kepemimpinan selalu menjadi lebih unggul dalam mengatasi potensi risiko. Khususnya risiko yang bersumber dari perilaku dan cara berpikir sumber daya manusia terhadap bisnis, organisasi dan kepemimpinan.

Dalam menganalisis peluang usaha oleh sebagian ahli merupakan kemampuan dalam mempersiapkan segala sesuatu sumber yang dapat digunakan dalam menghadapi kondisi lingkungan usaha yang setiap saat dapat mengalami perubahan sebagai modal untuk menciptakan peluang usaha. Peluang usaha merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang entrepreneur melalui kemampuan menciptakan ide-ide kreatif dan inovatif. Seorang pengusaha tidak hanya terbatas pada kemampuan menciptakan dan memanfaatkan peluang usaha, tetapi juga terkait dengan kemampuan menganalisis aspek-aspek perencanaan usaha.

Perencanaan yang baik adalah perencanaan yang terfokus pada tujuan tertentu. Selain memiliki tujuan yang fokus, perencanaan sebaiknya bersifat terukur, dimana perencanaan yang dibuat dapat terukur, sehingga tujuan yang akan dicapai lebih jelas target capaiannya. Setelah perencanaan yang dibuat terfokus pada tujuan yang diinginkan dan target capaiannya jelas, tentunya memerlukan langkah-langkah pencapaian dengan mengacu pada kompetensi yang dimiliki. Olehnya itu perencanaan memerlukan pemikiran yang cerdas dengan menyeimbangkan antara tujuan dan kemampuan untuk mencapainya. Selain itu perencanaan yang baik harus memenuhi persyaratan faktual dan realistis yaitu perencanaan yang dapat ditelusuri untuk mengetahui setiap kemajuan.

Dari hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan modal manusia terhadap keunggulan bersaing demikian juga terhadap kinerja bisnis, yang mengindikasikan bahwa dimensi dari modal manusia, yaitu; kemampuan berkomunikasi bisnis, pengetahuan kewirausahaan, dan keterampilan usaha memberi penguatan atau kontribusi bagi terbentuknya modal manusia yang menunjang terbentuknya keunggulan bersaing dan meningkatnya kinerja bisnis makanan khas Makassar.

Sesuai dengan hasil penelitian dari para pakar ekonomi menyatakan bahwa jika sumber daya dan strategi bisnis diformulasi dan diimplementasikan dengan baik dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan secara signifikan [36], [37]. Keunggulan bersaing sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan menggunakan sumber daya seperti sumber daya teknologi modal dan tenaga kerja.

#### **E. Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Bisnis**

Keunggulan bersaing dapat dicapai melalui fokus pelanggan, pencapaian kualitas, integritas dan tanggung jawab, inovasi dan kreativitas, produksi rendah biaya. Fokus pelanggan dengan cara kurangi birokrasi, puaskan pelanggan, tanggap keluhan, jalin komunikasi yang baik, lakukan survey kepuasan pelanggan secara rutin dan berkesinambungan. Pencapaian Kualitas, tidak terbatas hanya pada perusahaan besar.

Kualitas memegang peranan penting dalam usaha, baik kualitas produk atau jasa. Integritas dan tanggung jawab penuh kepada setiap tuntutan, utamanya pelanggan dan juga kepada pemangku kepentingan. Inovasi dan kreativitas akan membawa keunggulan bersaing. Produksi rendah biaya akan membuat perusahaan mampu bersaing dari sisi harga. Pembeli yang sensitif terhadap harga dan kualitas umumnya akan menjadi pertimbangan penting dalam membeli ulang atas suatu produk atau jasa yang bersangkutan

Keunggulan bersaing sangat erat kaitannya dengan peluncuran produk. Salah satu bentuk keunggulan bersaing adalah adanya produk baru. Produk baru termasuk produk asli yang dikembangkan melalui R&D (penelitian dan pengembangan), Oleh karena itu, perusahaan (terutama usaha kecil menengah) dituntut untuk membuat penilaian baru, ide-ide baru dan menyediakan produk inovatif serta meningkatkan kinerja pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Inovasi berkelanjutan perusahaan merupakan kebutuhan dasar untuk menciptakan keunggulan bersaing, oleh karena itu inovasi merupakan fungsi penting manajemen untuk menciptakan daya saing dari produk yang dihasilkan.

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan suatu bisnis adalah memastikan bahwa keunikan itu berlangsung lama. Ada 4 mekanisme keunikan yang dapat ditawarkan kepada pelanggan [38].

1. Kapabilitas finansial atau ekonomi berasal dari keunggulan yang terkait dengan biaya, yaitu ketika bisnis mampu menghasilkan atau menyediakan barang atau jasa dengan harga lebih murah daripada kompetitornya.
2. Sumber keunikan berasal dari kapabilitas strategis atau produk, yaitu bisnis perlu menawarkan produk atau jasa yang mendiferensiasikan dari produk atau jasa lain.
3. Sumber keunikan ketiga bagi bisnis adalah kapabilitas teknologi atas operasional, yaitu bisnis bisa memiliki cara yang berbeda dalam membangun atau menyampaikan produk atau jasanya.

4. Sumber keunikan keempat yang membantu perusahaan dalam mencari keunggulan bersaing ialah kapabilitas organisasi.

Keunggulan erasing pada dasarnya dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang pembeli bersedia untuk membayar dan nilai tersebut berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada pesaing untuk manfaat yang sama atau memberikan manfaat yang unit lebih dari pada sekedar mengimnagi harga lebih tinggi.

Kapabilitas organisasi menggambarkan kemampuan bisnis mengelola sistem organisasi dan manusia agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan kebutuhan strategis. Implikasi dari semuanya ini adalah sistem sumber daya manusia harus diletakan pada tempat yang memaksimalkan kapabilitas organisasi dan mengeksplotiasi semua sumber keunikan yang mungkin.

Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis. Hal ini mengindikasikan bahwa keunggulan produk, keunggulan pelayanan dan keunggulan biaya yang dijalankan oleh pelaku usaha industri makanan khas kota Makassar mampu memberi kontribusi bagi perubahan kinerja bisnis. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan menciptakan daya saing dalam suatu keadaan atau kondisi usaha yang setiap saat dapat berubah, dengan melakukan berbagai cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi kompetensi sumber daya untuk menciptakan daya saing yang berorientasi pada kinerja bisnis. Dengan demikian keunggulan bersaing merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan kekuatan yang berdaya saing agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan lingkungan usaha dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu diperhatikan antara lain adalah; ketersediaan produk, kualitas produk, dan nilai produk.

Kualitas produk turut memberikan kontribusi terhadap kinerja bisnis, dengan memperhatikan beberapa hal, yaitu manfaat langsung produk yang ditawarkan,

keunikan dari produk dan cita rasa produk dengan menyesuaikan selera konsumen. Selain ketersediaan dan kualitas produk, maka nilai produk turut memberi kontribusi bagi kinerja bisnis. Dengan demikian organisasi yang berorientasi pada kinerja bisnis dapat ditentukan melalui kemampuan usaha membangun karakter dan kepribadian anggota organisasi atau perusahaan yang berorientasi pasar.

## V. KESIMPULAN

- a. Orientasi pasar dan modal manusia memiliki pengaruh yang signifikan dan bernilai positif terhadap keunggulan bersaing baik secara simultan maupun parsial pada industri makanan khas Makassar. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya kemampuan usaha industri makan khas Makassar ditentukan oleh orientasi pasar dan modal manusia. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel orientasi pasar lebih dominan memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing dibanding modal manusia.
- b. Orientasi pasar dan modal manusia memiliki pengaruh yang signifikan dan bernilai positif terhadap kinerja bisnis, baik secara simultan maupun parsial pada industri makanan khas Makassar. Demikian halnya baik pengaruh langsung terhadap kinerja bisnis maupun tidak langsung melalui keunggulan bersaing. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap kinerja bisnis. Selanjutnya mengenai pengaruh langsung menunjukkan orientasi pasar lebih dominan terhadap kinerja bisnis dibanding pengaruh tidak langsung melalui keunggulan bersaing.
- c. Variabel orientasi pasar dan modal manusia memiliki pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kinerja bisnis, serta baik secara langsung terhadap kinerja bisnis maupun tidak langsung terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian ini akan berlanjut sampai dengan tahun 2024, dengan tahapan yang disajikan dalam Gambar 1 dan jadwal yang disajikan dalam Tabel 1. Pada tahun kedua, penelitian akan difokuskan untuk mengintegrasikan sistem pemasaran produk dengan peluang pasar melalui inovasi yang dapat menghasilkan produk yang mudah didapat dan lebih simple baik secara local maupun global. Artinya dengan produk dalam bentuk kemasan yang tahan lama serta produk yang instan yang siap dikonsumsi oleh masyarakat tidak memerlukan waktu yang lama, hasil penelitian ini dapat membantu para pengusaha makanan tradisional untuk meningkatkan daya saing dengan produk-

produk modern. Target penelitian tahun kedua adalah dokumen laporan dan jurnal sudah terpublis sesuai yang direncanakan.

Tahapan penelitian tahun ke 2 sebagai berikut :



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, 3(2), 140-153.
- [2] Muhsinin, A. (2019). Strategi Penjualan Menggunakan Sistem Pembayaran Elektronik Untuk Meningkatkan Efektivitas Penjualan Pada Usaha Waroeng Kampong Ag One Tulungagung
- [3] Agustina, V. S. (2020). Pengembangan Model Kompetensi dan Perancangan Sistem Informasi Penilaian Kinerja Karyawan Berbasis Kompetensi Pada PT. Sucaco, Tbk.
- [4] Advantage, C. (2020). Corporate Social Responsibility. *CSR and Socially Responsible Investing Strategies in Transitioning and Emerging Economies*, 65.
- [5] Shahbazi, S., Salloum, M., Kurdve, M., & Wiktorsson, M. (2017). Material efficiency measurement: empirical investigation of manufacturing industry. *Procedia Manufacturing*, 8, 112-120.
- [6] Rodgers, W. M. (2019). Race in the labor market: The role of equal employment opportunity and other policies. *RSF: The Russell Sage Foundation Journal of the Social Sciences*, 5(5), 198-220.
- [7] Hitt, M. A., Ireland, R. D., Hoskisson, R. E., Sacristan, P. M., & Moreno, M. P. S. (2015). *Administración Estratégica: Competitividad y globalización: Conceptos y casos*. cengage learning.
- [8] Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- [9] Ismail, A. I., Rose, R. C., Abdullah, H., & Uli, J. (2010). The relationship between organisational competitive advantage and performance moderated by the age and size of firms. *Asian Academy of Management Journal*, 15(2), 157-173.
- [10] Błaszczak, W., Je , M., & Szwengiel, A. (2020). Polyphenols and inhibitory effects of crude and purified extracts from tomato varieties on the formation of advanced glycation end products and the activity of angiotensin-converting and acetylcholinesterase enzymes. *Food Chemistry*, 314, 126181.
- [11] Wickens, C. D., Helton, W. S., Hollands, J. G., & Banbury, S. (2021). *Engineering psychology and human performance*. Routledge.
- [12] Hoke, S. V., Tewal, B., & Sumaraw, J. S. (2018). Pengaruh Kompetensi, Komitmen Organisasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada

- Pt. Marga Dwitaguna Manado Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(1).
- [13] Prayogi, M. A., Lesmana, M. T., & Siregar, L. H. (2019). Pengaruh kompetensi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, (2), 666-670.
- [14] Ekhsan, M. (2019). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(1), 1-13.
- [15] Walenta, A. S. (2019). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Pada UMKM Rumah Makan di Kota Tentena Kabupaten Poso. *Pinisi Business Administration Review*, 1(2), 125-136.
- [16] Ratu, R., Koleangan, R., & Kojo, C. (2020). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Lemong Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- [17] Samsu, (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development.
- [18] R. L. Harrison, T. M. Reilly, and J. W. Creswell, (2020). Methodological Rigor in Mixe Methods: An Application in Management Studies,” *J. Mix. Methods Res.*, vol. 14, no. 4, pp. 473–495.
- [19] Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta
- [20] Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta
- [21] Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta
- [22] Sugiyono.2014.*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta
- [23] Puspitasari, R. H. U., & SE, M. (1968). Orientasi pasar dan inovasi produk sebagai strategi untuk meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan mebel Jepara. *Sumber*, 30.
- [24] Usvita, M. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), 30-37.
- [25] Killa, M. F. (2014). Effect of entrepreneurial innovativeness orientation, product innovation, and value co-creation on marketing performance. *Journal of Research in Marketing*, 2(3), 198-204.Imam, S., & Zainul, A. (2014). The effect of market orientation and entrepreneurial orientation toward learning orientation, innovation, competitive advantages and marketing performance.

- [26] Paulus, A. L., & Wardhani, Z. K. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery: peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 88-96.
- [27] Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2014). *Strategic management: Theory & cases: An integrated approach*. Cengage Learning.
- [28] Ismail, A. I., Rose, R. C., Abdullah, H., & Uli, J. (2010). The relationship between organisational competitive advantage and performance moderated by the age and size of firms. *Asian Academy of Management Journal*, 15(2), 157-173.
- [29] Usvita, M. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), 30-37.
- [30] Claudya, M., Suryani, W., & Parulian, T. (2020). Engaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Inovasi Pada Ukm Kuliner Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2).
- [31] Mulyana, S., & Sutapa, S. (2014). Peningkatan kapabilitas inovasi, keunggulan bersaing dan kinerja melalui pendekatan quadruple helix: Studi pada industri kreatif sektor fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(3), 304-321.
- [32] Usvita, M. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), 30-37.
- [33] Anggraini, N., Marnis, M., & Samsir, S. (2014). Strategi orientasi pasar, inovasi, dan orientasi pembelajaran pengaruhnya terhadap kinerja usaha serta dampaknya terhadap keunggulan bersaing (Studi pada industri jasa salon kecantikan dan spa di kota pekanbaru). *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 4(12), 195-310.
- [34] Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media ekonomi dan manajemen*, 31(2).

- [35] Killa, M. F. (2014). Effect of entrepreneurial innovativeness orientation, product innovation, and value co-creation on marketing performance. *Journal of Research in Marketing*, 2(3), 198-204.
- [36] Syarifah, I., Mawardi, M. K., & Iqbal, M. (2020). Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(1), 69-96.
- [37] Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish.
- [38] Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437-449.dst.