
Analisis Faktor-Faktor yg Memengaruhi Daya Saing pada Sentra Industri Makanan Khas Bugis di Kabupaten Barru Sulawesi Selatan

Seri Suriani, Muhammad Kafrawi Yunis, Abdul Karim & Sitti Mujahida Baharuddin

Department of Financial Management, Faculty of Economic and Business, University Bosowa Makassar

Email: seri.suriani@universitasbosowa.ac.id, kafrawi.yunis@universitasbosowa.ac.id,
abdul.karim@universitasbosowa.ac.id, abustan@universitasbosowa.ac.id, mujahida_41@yahoo.com

Abstract

This research aims to determine the influence of capital, packaging, networks, business development and human resources on competitiveness in the Bugis specialty food center industry in Barru Regency. This research uses primary data with the census method as a sampling technique. The total sample was 68 respondents, analyzed using confirmatory factors. The research results revealed two factors. First, financial factors which have capital and business development variables. Second, marketing factors which have packaging and network variables, these two factors have a significant influence on business competitiveness.

Keywords usaha mikro dan menengah, permodalan, pengembangan usaha, faktor finansial, kemasan, jaringan, faktor pemasaran.

1. Pendahuluan

Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan *Keuangan* Antara Pemerintah *Pusat* dan Pemerintahan *Daerah* telah membawa perubahan signifikan dalam pembangunan ekonomi di berbagai wilayah Indonesia. Salah satu perubahan utama dalam konteks pembangunan daerah ini adalah adanya permintaan yang lebih kuat dari setiap daerah untuk menerapkan otonomi daerah secara lebih luas dan konkret. Tiap daerah perlu diberi kewenangan sebanyak mungkin dalam proses pembangunannya, sehingga pembangunan tersebut bisa berjalan dengan lebih harmonis. Sesuai dengan pandangan Barzelay yang dikutip dalam Kusaini (2006:62), pemberian otonomi daerah ini diharapkan dapat memberikan ruang lebih besar kepada setiap daerah untuk mengemBugisn wilayahnya melalui upaya-upaya yang aktif, dengan tujuan meningkatkan partisipasi masyarakat secara signifikan.

Menurut Bappenas (2004:74), pembangunan ekonomi daerah di era otonomi menghadapi tantangan yang beragam, baik dari dalam maupun luar wilayah tersebut. Tantangan ini termasuk isu-isu seperti kesenjangan dan dampak globalisasi, yang mengharuskan setiap daerah mampu bersaing di dalam negeri dan di tingkat internasional. Kesimpulannya, kesenjangan dan globalisasi tersebut mempengaruhi provinsi, kabupaten, dan kota, memaksa mereka untuk mempercepat pembangunan ekonomi wilayah mereka dengan mengemBugisn sektor unggulan yang sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah. Salah satu cara untuk

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

mengembangkan ekonomi daerah adalah dengan menetapkan peran strategis bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang dapat berperan dalam mempercepat perubahan struktural untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat secara umum. Selain itu, UMKM juga dapat menjadi platform bagi produsen dan konsumen untuk berpartisipasi dalam kegiatan usaha bersama.

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tindakan yang strategis untuk memperkuat pondasi ekonomi, terutama dalam aspek menciptakan lapangan kerja, mengurangi disparitas ekonomi dan tingkat kemiskinan, mempercepat pemulihan pertumbuhan ekonomi, meratakan distribusi pendapatan, dan meningkatkan daya saing serta ketahanan ekonomi nasional.

Ragam UMKM, termasuk industri kecil, bisnis rumahan, usaha kerajinan, dan sejenisnya, adalah komponen ekonomi yang memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan masyarakat. Keberagaman UMKM ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia penghasilan bagi banyak orang, tetapi juga secara langsung menciptakan peluang pekerjaan bagi individu dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang terbatas.

Peran yang signifikan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam pertumbuhan dapat diidentifikasi melalui kontribusinya terhadap pendapatan nasional. Pada tahun 2019, UMKM berkontribusi sekitar 59,95% terhadap pendapatan nasional. Namun, dampak wabah COVID-19 terlihat pada tahun 2020, di mana kontribusi UMKM turun menjadi sekitar 54,22%. Tahun 2021, kontribusi UMKM kembali meningkat hingga mencapai sekitar 60,50%, dan tren pertumbuhan ini terus berlanjut hingga saat ini. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat penting untuk diterapkan di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh struktur usaha yang telah berkembang selama ini, yang terutama bergantung pada industri kecil, bisnis rumahan, dan usaha menengah, meskipun dalam kondisi yang kurang memuaskan, baik dalam hal nilai tambah maupun keuntungan yang diperoleh.

Yustika (2003:113) menyatakan bahwa secara tidak disadari, sektor industri kecil, usaha rumah tangga, dan usaha menengah memiliki fokus ekspor yang kuat. Hal ini telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemerintah dalam memperoleh devisa, berbeda dengan usaha besar yang lebih cenderung menjual produknya di pasar domestik. Industri kecil, rumah tangga, dan menengah telah terbukti lebih fleksibel dalam menghadapi berbagai situasi ekonomi yang tidak menguntungkan, seperti krisis ekonomi. Ketika industri besar mengalami kesulitan, sektor industri kecil yang berorientasi ekspor justru mampu mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Hal ini dikarenakan industri kecil lebih banyak menggunakan bahan baku lokal (barang intermediate) daripada bergantung pada impor, seperti yang biasanya dilakukan oleh usaha besar.

Namun, dalam evolusinya, UMKM masih belum dapat memenuhi perannya secara optimal karena menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, teknik produksi, persediaan bahan baku, strategi pemasaran, manajemen, dan teknologi. Selain itu, UMKM juga mengalami kesulitan dalam mengakses informasi pasar, mencapai pasar yang luas, memperluas jaringan

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

kerja, dan mendapatkan lokasi usaha yang strategis.

Kabupaten Barru memiliki wewenang untuk mengemBugisn perekonomian lokal dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pelayanan publik, dan daya saing wilayah tersebut. Salah satu upaya dalam pengembangan ekonomi daerah adalah melalui peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan fokus pada daya saingnya. Secara umum, sebagian besar UMKM di Kabupaten Barru saat ini belum dikelola secara profesional, kurang memiliki manajemen yang terstruktur, dan masih beroperasi sebagai subsistem. Berdasarkan data yang diberikan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Barru, industri kecil di kota ini tersebar di lima kecamatan, dengan sekitar 45% dari industri yang dihasilkan adalah industri makanan, khususnya makanan khas Bugis seperti kerupuk, Abon, Tape, Kue Baurasa, dan berbagai jenis makanan khas lainnya. Secara rinci, berikut adalah beberapa jenis industri kecil yang ada di Kabupaten Barru:

Tabel 1. Daftar Industri Kecil Kabupaten Barru

Jenis Industri	Jumlah Industri	Jumlah Tenaga Kerja	Investasi (Rp.000,-)
Industri Makanan	498	2568	10.70.850
Industri Tekstil	18	159	543.000
Industri Kayu	226	493	2.603.000
Industri Percetakan	54	702	2.549.500
Industri Furniture	171	570	2.438.000
Industri Pakaian Jadi	19	28	84.000
Industri Bahan Galian Bukan Logam	222	771	2.168.700
Industri logam bukan mesin dan lainnya	93	493	1.754.000

Sumber : Deperindak dan UMKM Kabupaten Barru (2023)

Berdasarkan informasi dalam tabel di atas, sektor UMKM yang menawarkan potensi untuk pengembangan yang signifikan adalah kluster industri makanan. Untuk memastikan bahwa pengembangan UMKM, terutama di bidang industri makanan, berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi Kabupaten Barru, diperlukan sebuah strategi pengembangan yang sesuai. Strategi ini harus difokuskan pada pengembangan produk berdasarkan kriteria yang sudah ada dalam kluster industri yang ada. Menurut pedoman yang disediakan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Usaha Mikro Kecil Menengah, kriteria ini melibatkan industri kecil yang menggunakan teknologi sederhana, mampu menciptakan lapangan kerja, telah beroperasi dalam bentuk kelompok atau sentra, dan memiliki akar dari bakat, keterampilan, atau seni lokal masyarakat setempat.

Namun, seringkali banyak tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan pendapatan atau penjualan mereka. Beberapa di antaranya meliputi keterbatasan modal, harga jual yang rendah, penurunan daya beli masyarakat, kesulitan dalam upaya pemasaran, persaingan bisnis yang sengit, kurangnya pemahaman tentang manajemen

keuangan, dan iklim usaha yang kurang mendukung, termasuk masalah terkait perijinan, peraturan, dan hukum.

Dengan mempertimbangkan penjelasan yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (a) Bagaimana pengaruh modal kerja, desain kemasan produk, jaringan kerja, pengembangan usaha, dan sumber daya manusia terhadap tingkat daya saing dalam kluster industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru? (b) Faktor mana yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap tingkat daya saing dalam kluster industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru?

2. Tinjauan Literatur

2.1 Teori daya saing

Merujuk pada rangkaian konsep dan prinsip yang digunakan untuk mengukur, memahami, dan meningkatkan kemampuan suatu individu, perusahaan, atau negara dalam bersaing di pasar global atau lokal. Teori daya saing memiliki beberapa pendekatan dan konsep yang digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi daya saing serta cara untuk meningkatkannya. Berikut adalah beberapa teori daya saing yang umumnya diakui:

Teori Porter tentang Keunggulan Bersaing (Porter's Competitive Advantage): Michael Porter adalah salah satu tokoh utama dalam studi tentang daya saing. Menurutnya, perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dengan mengidentifikasi dan mengembangkannya strategi yang membedakan mereka dari pesaing dalam hal biaya atau diferensiasi produk. Porter juga mengemukakan konsep rantai nilai (value chain) yang menguraikan bagaimana suatu perusahaan menciptakan nilai tambah dalam kegiatan bisnisnya.

Teori Keunggulan Komparatif (Comparative Advantage): Teori ini dikembangkannya oleh David Ricardo dan menjelaskan bagaimana perdagangan antar negara dapat menguntungkan semua pihak. Negara akan mengkhususkan diri dalam produksi barang atau jasa yang mereka memiliki keunggulan komparatif (biaya produksi lebih rendah) dan memperoleh barang atau jasa lain melalui perdagangan.

Teori Faktor-Faktor Produksi (Factor Proportions Theory): Teori ini dikembangkannya oleh Eli Heckscher dan Bertil Ohlin dan menyatakan bahwa negara akan memproduksi dan mengekspor barang yang memanfaatkan faktor produksi yang mereka miliki dalam jumlah berlimpah. Teori ini menekankan peran faktor-faktor seperti tenaga kerja, modal, dan sumber daya alam dalam daya saing.

Teori Diamon Porter (Porter's Diamond Theory): Michael Porter juga mengembangkannya teori ini, yang menekankan bahwa keunggulan bersaing suatu negara dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu faktor produksi, permintaan dalam negeri, kondisi faktor, dan strategi dan rivalitas perusahaan dalam negara tersebut.

Teori Inovasi dan Teknologi: Teori ini menyatakan bahwa inovasi dan teknologi berperan penting dalam meningkatkan daya saing. Negara, perusahaan, atau individu yang mampu mengembangkannya dan menerapkan inovasi teknologi lebih cepat akan memiliki keunggulan

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

dalam pasar.

Teori Siklus Hidup Industri (Industry Life Cycle Theory): Teori ini menggambarkan evolusi industri dari fase pertumbuhan hingga kematangan dan penurunan. Daya saing suatu industri dapat berubah seiring dengan perubahan dalam siklus hidup tersebut.

Teori Kluster Industri (Cluster Theory): Teori ini menekankan pentingnya keberadaan dan interaksi antara perusahaan dalam kluster industri yang serupa. Kluster ini dapat meningkatkan efisiensi dan inovasi, sehingga meningkatkan daya saing bersama-sama.

Teori-teori ini dapat digunakan untuk menganalisis dan meningkatkan daya saing individu, perusahaan, atau negara dalam berbagai konteks. Setiap teori memiliki fokus dan aplikasi yang berbeda tergantung pada situasi yang dihadapi.

2.2 Konsep Daya Saing Ekonomi

Diskusi mengenai konsep daya saing tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teori daya saing itu sendiri. Pada awalnya, teori daya saing fokus pada kemampuan suatu perusahaan untuk bertahan dalam pasar yang berubah-ubah. Dari sana, konsep daya saing berkembang dari tingkat perusahaan di dalam suatu negara menjadi konsep daya saing antara negara-negara. Secara umum, daya saing didefinisikan sebagai kemampuan suatu industri untuk mencapai keunggulan dalam berbagai aspek, dengan cara menunjukkan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan serta menghasilkan kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lainnya. Oleh karena itu, faktor yang menjadi fokus dalam persaingan adalah keunggulan. Menurut Heckscher-Ohlin (1990), faktor produksi seperti tanah, tenaga kerja, dan modal yang umumnya digunakan untuk mengkategorikan daya saing terlalu umum untuk menjelaskan perbedaan daya saing di antara industri-industri yang berbeda. Faktor-faktor ini dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori besar seperti sumber daya manusia, fisik, pengetahuan, modal, dan infrastruktur. Bagaimana perusahaan menggunakan kombinasi faktor-faktor ini berbeda antar industri. Keunggulan daya saing dari faktor-faktor tersebut bergantung pada sejauh mana faktor-faktor ini dapat digunakan secara efisien dan efektif. Hal ini terlihat dalam keputusan yang diambil oleh perusahaan mengenai penggunaan teknologi tertentu. Selain itu, tempat di mana faktor-faktor ini ditempatkan dalam perekonomian juga sangat penting, karena teknologi yang canggih dan tenaga kerja terampil dapat digunakan dalam berbagai jenis industri. Namun, ketersediaan faktor-faktor ini saja tidak cukup untuk menjelaskan kesuksesan daya saing. Suatu perusahaan dapat mencapai keunggulan daya saing jika biayanya rendah dan faktor-faktor tersebut memiliki kualitas yang tinggi. Dengan kata lain, teori ini menekankan bahwa perbedaan dalam faktor endowment (sumber daya yang melimpah) dapat menjelaskan mengapa negara-negara memiliki keunggulan dalam berbagai komoditas. Dalam konteks ini, terdapat dua jenis intensitas faktor, yaitu labor-intensive (bergantung pada tenaga kerja) atau capital-intensive (bergantung pada modal). Intensitas faktor ini ditentukan oleh tingkat teknologi. Teorema ini menyatakan bahwa negara yang memiliki sumber daya modal berlimpah akan mengeksport barang-barang yang bergantung pada modal, sementara negara yang memiliki sumber daya tenaga kerja berlimpah akan mengeksport barang-barang

yang bergantung pada tenaga kerja. Perdagangan akan terus berlangsung sampai harga kedua jenis barang sama di kedua pasar tersebut.

2.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Saing

Beberapa variabel yang dianggap berpotensi memengaruhi tingkat daya saing dalam kluster industri makanan khas Bugis, dalam penelitian ini, mencakup Faktor Modal Kerja, Faktor Desain Kemasan Produk, Faktor Jaringan Kerja, Faktor Pengembangan Usaha, dan Faktor Sumber Daya Manusia. Pengaruh modal kerja terhadap daya saing dalam kluster industri makanan khas Bugis dapat sangat signifikan. Modal kerja adalah jumlah dana yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan operasinya sehari-hari, seperti pembelian bahan baku, biaya produksi, dan biaya operasional lainnya. Dalam konteks industri makanan, modal kerja dapat memengaruhi daya saing kluster tersebut dalam beberapa cara: (a) Stabilitas Produksi: Modal kerja yang cukup memungkinkan perusahaan untuk menjaga produksi yang stabil. Ini dapat meningkatkan daya saing karena pelanggan akan lebih cenderung mempercayai produk yang tersedia secara konsisten. (b) Inovasi Produk: Modal kerja yang mencukupi dapat digunakan untuk penelitian dan pengembangan produk baru atau peningkatan produk yang ada. Ini dapat membantu kluster industri makanan untuk tetap relevan dan bersaing dalam pasar yang terus berubah. (c) Pemasaran dan Distribusi: Modal kerja dapat digunakan untuk upaya pemasaran yang lebih agresif dan distribusi produk ke pasar yang lebih luas. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas produk dan menciptakan peluang penjualan yang lebih besar. (d) Efisiensi Operasional: Dengan modal kerja yang memadai, perusahaan dapat membeli bahan baku dalam jumlah besar dengan harga yang lebih baik, memanfaatkan diskon pembelian dalam jumlah besar, dan mengoptimalkan proses produksi mereka. Ini dapat mengurangi biaya produksi dan meningkatkan daya saing melalui harga yang lebih kompetitif. (e) Kualitas Produk: Modal kerja dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk, termasuk penggunaan bahan baku berkualitas tinggi. Produk yang berkualitas tinggi cenderung lebih diminati oleh pelanggan. (f) Respons Terhadap Permintaan: Dengan modal kerja yang mencukupi, perusahaan dapat merespons lebih baik terhadap fluktuasi permintaan pasar. Ini dapat menghindari kekurangan stok saat permintaan meningkat dan mengoptimalkan stok saat permintaan menurun.

Dengan demikian, modal kerja yang cukup dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi kluster industri makanan khas Bugis, membantu mereka untuk tetap kuat dan bersaing di pasar yang kompetitif. Namun, pengelolaan modal kerja yang bijaksana dan efisien juga sangat penting untuk menghindari risiko kekurangan dana atau pengeluaran yang berlebihan, sehingga H1: Variabel modal kerja memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas bugis di Kabupaten Barru

Faktor desain kemasan produk dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing kluster industri makanan khas Bugis. Berikut beberapa aspek yang perlu diperhatikan terkait dengan pengaruhnya: (a) Menarik Konsumen: Desain kemasan produk yang menarik dan estetis dapat memikat perhatian konsumen. Produk dengan kemasan yang menarik lebih cenderung diperhatikan oleh konsumen di rak-rak toko, yang dapat meningkatkan kemungkinan

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

pembelian. (b) Branding: Kemasan yang konsisten dengan merek atau identitas kluster industri makanan khas Bugis dapat memperkuat citra merek. Ini penting dalam membangun pengenalan merek dan kepercayaan konsumen. (c) Informasi Produk: Desain kemasan juga berperan dalam menyampaikan informasi tentang produk, seperti nama produk, label nutrisi, tanggal kedaluwarsa, dan instruksi penggunaan. Kemasan yang jelas dan informatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. (d) Diferensiasi: Desain kemasan dapat digunakan untuk membedakan produk dari pesaing. Jika kluster industri makanan khas Bugis dapat menciptakan kemasan yang unik dan mudah dikenali, hal ini dapat membantu mereka bersaing lebih baik di pasar. (e) Perlindungan Produk: Kemasan juga berfungsi sebagai perlindungan bagi produk dari kerusakan dan kontaminasi selama transportasi dan penyimpanan. Kemasan yang efisien dapat membantu mengurangi risiko kerusakan produk. (f) Kesesuaian dengan Tujuan Pasar: Desain kemasan harus sesuai dengan tujuan pasar. Misalnya, jika kluster industri makanan khas Bugis ingin mengeksport produknya, kemasan harus memenuhi standar internasional dan mengakomodasi kebutuhan pasar luar negeri. (g) Ketahanan dan Keamanan: Kemasan harus dirancang agar produk tetap segar dan aman selama masa simpan yang ditentukan. Ini sangat penting dalam menjaga reputasi produk dan kluster industri secara keseluruhan. (h) Sustainability: Dalam era yang semakin peduli terhadap lingkungan, desain kemasan yang ramah lingkungan dapat memberikan keunggulan daya saing. Penggunaan kemasan yang dapat didaur ulang atau ramah lingkungan dapat menarik sebagian konsumen.

Dengan memperhatikan semua aspek ini, kluster industri makanan khas Bugis dapat memanfaatkan faktor desain kemasan produk untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar. Desain yang baik tidak hanya akan meningkatkan penjualan tetapi juga membangun citra merek yang kuat dan mempertahankan pelanggan setia, sehingga H2: Variabel kemasan produk memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas bugis di Kabupaten Barru

Faktor jaringan kerja atau network dalam kluster industri makanan khas Bugis dapat memiliki pengaruh yang sangat positif terhadap daya saing mereka. Berikut adalah beberapa cara di mana faktor jaringan kerja dapat memengaruhi daya saing kluster industri tersebut: (a) Akses ke Pasar dan Distribusi: Jaringan kerja dapat membantu kluster industri makanan khas Bugis untuk memperluas akses ke pasar yang lebih luas. Ini termasuk kontak dengan distributor, pengecer, dan pemasok potensial yang dapat membantu produk mereka mencapai lebih banyak konsumen. (b) Peluang Kerjasama: Dalam jaringan kerja, kluster industri dapat menemukan peluang kerjasama dengan perusahaan atau entitas terkait. Misalnya, mereka dapat berkolaborasi dengan produsen bahan baku lokal atau berpartisipasi dalam acara promosi bersama dengan produsen makanan lainnya. (c) Pengetahuan dan Pertukaran Informasi: Jaringan kerja memungkinkan pertukaran informasi dan pengetahuan antar anggotanya. Ini bisa berupa informasi tentang tren pasar, perkembangan terbaru dalam teknologi makanan, atau praktik terbaik dalam manajemen usaha. Pengetahuan ini dapat membantu kluster untuk tetap relevan dan berinovasi. (d) Sumber Daya Bersama: Dalam jaringan kerja, anggota kluster dapat berbagi sumber daya yang mungkin sulit diakses secara individu. Ini bisa berupa fasilitas produksi bersama, logistik bersama, atau penggunaan peralatan bersama yang dapat

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

mengurangi biaya operasional. (e) Pengaruh Politik dan Regulasi: Melalui jaringan kerja, kluster industri makanan khas Bugis dapat memiliki pengaruh yang lebih besar dalam pengembangan regulasi dan kebijakan yang berkaitan dengan industri mereka. Ini dapat membantu dalam menciptakan lingkungan bisnis yang lebih kondusif. (f) Kolaborasi Riset dan Pengembangan Produk: Jaringan kerja dapat memfasilitasi kolaborasi dalam riset dan pengembangan produk baru. Ini dapat membantu kluster untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan permintaan pasar yang berkembang. (g) Menghadapi Tantangan Bersama: Kluster industri makanan khas Bugis yang tergabung dalam jaringan kerja dapat bersama-sama mengatasi tantangan yang dihadapi oleh industri, seperti masalah perizinan, regulasi sanitasi, atau persaingan yang ketat.

Dengan demikian, faktor jaringan kerja dapat menjadi salah satu pendorong utama daya saing kluster industri makanan khas Bugis. Ini tidak hanya membantu mereka untuk menjaga keberlanjutan bisnis tetapi juga untuk mengambil peluang yang ada di pasar dengan lebih efektif. Dengan berkolaborasi dan berbagi sumber daya, kluster ini dapat menjadi lebih tangguh dan bersaing dengan lebih baik di pasar yang kompetitif. H3: Variabel *network* memengaruhi daya saing pada sentra industry makanan khas bugis di Kabupaten Barru

Faktor pengembangan usaha dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap daya saing kluster industri makanan khas Bugis. Pengembangan usaha mencakup berbagai aspek yang dapat memengaruhi kemampuan kluster ini untuk bersaing di pasar. Berikut adalah beberapa cara di mana faktor pengembangan usaha dapat mempengaruhi daya saing kluster industri makanan tersebut: (a) Diversifikasi Produk: Pengembangan usaha dapat mencakup diversifikasi produk, yaitu menciptakan beragam produk makanan khas Bugis yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen. Ini dapat membantu kluster untuk menjangkau lebih banyak segmen pasar dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk. (b) Inovasi Produk: Pengembangan usaha dapat memungkinkan kluster untuk melakukan inovasi produk, seperti menciptakan varian produk baru, meningkatkan kualitas, atau menggabungkan bahan-bahan baru. Produk yang inovatif dapat menjadi daya tarik bagi konsumen dan meningkatkan daya saing. (c) Ekspansi Pasar: Kluster industri makanan khas Bugis dapat memperluas keberadaannya ke pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional, nasional, atau bahkan internasional. Pengembangan usaha dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar baru dan menciptakan strategi untuk masuk ke pasar tersebut. (d) Pengembangan Merek: Pengembangan usaha juga dapat termasuk dalam membangun citra merek yang kuat. Merek yang dikenal dan diakui dapat membantu kluster untuk membedakan diri mereka dari pesaing dan membangun kepercayaan konsumen. (e) Efisiensi Produksi: Pengembangan usaha dapat mencakup upaya untuk meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi biaya produksi, dan mengoptimalkan rantai pasokan. Hal ini dapat membantu kluster untuk menghadirkan produk dengan harga yang lebih kompetitif. (f) Pengembangan Keterampilan: Kluster industri makanan khas Bugis dapat mengemBugis keterampilan karyawan mereka melalui pelatihan dan pengembangan. Karyawan yang memiliki keterampilan yang lebih baik dapat meningkatkan kualitas produk dan efisiensi operasional. (g) Pengelolaan Keuangan yang Bijaksana: Pengembangan usaha juga mencakup pengelolaan keuangan yang bijaksana. Hal ini melibatkan

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

pengelolaan modal, investasi yang tepat, dan pemantauan keuangan yang cermat. (h) Pemahaman Pasar: Pengembangan usaha dapat membantu kluster untuk lebih memahami pasar, tren konsumen, dan permintaan pasar. Ini dapat memungkinkan mereka untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan dalam selera konsumen.

Secara keseluruhan, faktor pengembangan usaha dapat meningkatkan daya saing kluster industri makanan khas Bugis dengan menciptakan produk yang lebih bervariasi, inovatif, dan berkualitas tinggi, serta dengan memperluas pasar dan mengelola bisnis dengan lebih efisien. Itu semua dapat membantu kluster ini untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin ketat. H4 : Variabel pengembangan usaha memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas bugis di Kabupaten Barru

Faktor sumber daya manusia memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap daya saing kluster industri makanan khas Bugis. Sumber daya manusia yang berkualitas tinggi dapat menjadi aset berharga dalam menjaga dan meningkatkan daya saing kluster tersebut. Berikut adalah beberapa cara di mana faktor sumber daya manusia dapat memengaruhi daya saing kluster industri makanan: (a) Keterampilan dan Pengetahuan: Karyawan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang kuat dalam produksi makanan khas Bugis dapat meningkatkan kualitas produk. Mereka dapat menciptakan resep yang autentik, mengelola proses produksi dengan efisien, dan memastikan kepatuhan terhadap standar kualitas. (b) Inovasi dan Kreativitas: Sumber daya manusia yang inovatif dan kreatif dapat menciptakan produk-produk baru atau mengemBugisn varian yang menarik bagi konsumen. Ini dapat membantu kluster untuk tetap relevan dalam pasar yang terus berubah. (c) Pengelolaan Operasional: Sumber daya manusia yang efisien dalam pengelolaan operasional dapat mengoptimalkan proses produksi dan mengurangi biaya. Hal ini dapat meningkatkan daya saing kluster melalui penawaran harga yang lebih kompetitif. (d) Kepatuhan Regulasi dan Standar: Karyawan yang terlatih dengan baik dapat membantu kluster untuk mematuhi regulasi dan standar yang berlaku dalam industri makanan. Ini penting untuk memastikan keamanan produk dan menjaga reputasi kluster. (e) Pelayanan Pelanggan: Sumber daya manusia yang mampu memberikan pelayanan pelanggan yang baik dapat membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas. (f) Manajemen dan Kepemimpinan: Kepemimpinan yang efektif dan manajemen yang baik dapat mengarahkan kluster ke arah yang benar. Ini mencakup pengambilan keputusan yang bijaksana, perencanaan strategis, dan pengelolaan sumber daya yang efisien. (g) Pelatihan dan Pengembangan: Investasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan dapat meningkatkan kompetensi dan produktivitas mereka. Ini dapat membantu kluster untuk tetap kompetitif dalam jangka panjang. (h) Motivasi dan Komitmen: Karyawan yang termotivasi dan berkomitmen terhadap kesuksesan kluster dapat berkontribusi secara positif terhadap pencapaian tujuan dan pertumbuhan bisnis. (i) Kerjasama Tim: Dalam kluster industri makanan, kerjasama tim yang baik antar karyawan sangat penting. Hal ini memungkinkan koordinasi yang lancar dalam berbagai tahap produksi. (j) Pengembangan Produk dan Pasar: Sumber daya manusia yang terlibat dalam penelitian pasar dan pengembangan produk dapat membantu kluster untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan tren konsumen.

Dengan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas tinggi dan terampil, kluster industri makanan khas Bugis dapat menciptakan produk berkualitas tinggi, efisien dalam operasi, dan mampu berinovasi. Ini akan membantu mereka mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, pengembangan dan pengelolaan sumber daya manusia dengan baik sangat penting bagi kluster industri makanan ini. H5 : Variabel sumber daya manusia memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas bugis di Kabupaten Barru.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif-kualitatif *Concurrent Triangulation*. Penelitian ini menggunakan data secara simultan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Triangulasi dalam penelitian dilakukan dengan cara, yaitu (i) triangulasi sumber data, (ii) triangulasi teori, dan (iii) perpanjangan waktu pengamatan. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah gabungan antara kualitatif dan kuantitatif (mixed method) dan jenis penelitian yang dipilih adalah studi kasus yang mengutamakan kualitas data. Pendekatan kuantitatif menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan pengujian hipotesis yang diperoleh dari hasil penelitian kualitatif kemudian diuji dengan menggunakan metode analisis regresi.

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,; (2) Wawancara mendalam,; (3). Survei dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner terhadap 110 responden sebagai sampel dan; (4) Dokumentasi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa semua dimensi kuisisioner memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa kuisisioner memiliki konsistensi dan keandalan yang baik. Oleh karena itu, kuisisioner dalam penelitian ini dianggap reliabel. Selain itu, hasil uji validitas menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam penelitian memiliki validitas yang lebih tinggi daripada nilai kritis ($r_{tabel} = 0,2012$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid.

4.2 Hasil Analisis Faktor

Metode uji Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan uji Bartlett adalah langkah-langkah yang penting dalam analisis faktor atau analisis komponen utama. Uji ini digunakan untuk mengukur

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

kelayakan penggunaan analisis faktor atau analisis komponen utama pada data yang telah dikumpulkan. KMO digunakan untuk mengukur kualitas dan keterkaitan antar variabel dalam data. Nilai KMO berkisar antara 0 hingga 1. Nilai KMO yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa korelasi antar variabel dalam data cukup kuat untuk melanjutkan analisis faktor atau analisis komponen utama. Dalam konteks ini, jika hasil KMO lebih besar dari 0,5, ini mengindikasikan bahwa data memiliki struktur yang memadai untuk dilakukan analisis faktor atau analisis komponen utama. Uji Bartlett, di sisi lain, digunakan untuk menguji hipotesis nol bahwa matriks korelasi antar variabel adalah matriks identitas (tidak ada korelasi antar variabel). Jika uji Bartlett menghasilkan nilai signifikan (p-value kurang dari tingkat signifikansi yang ditentukan), maka hipotesis nol ini ditolak. Artinya, ada korelasi yang cukup kuat antar variabel dalam data. Ini adalah tanda positif untuk melanjutkan analisis faktor atau analisis komponen utama. Jadi, dalam penelitian ini, jika hasil KMO lebih besar dari 0,5 dan uji Bartlett menghasilkan nilai signifikan, maka data memenuhi syarat untuk melakukan analisis faktor atau analisis komponen utama. Ini berarti variabel-variabel dalam data memiliki keterkaitan yang cukup kuat untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Berdasarkan angka KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) sebesar 0,533, yang kurang lebih mendekati nilai 0,5. Angka ini mengindikasikan bahwa data Anda memiliki keterkaitan antar variabel yang cukup untuk melanjutkan analisis faktor atau analisis komponen utama. Meskipun angka KMO tidak sangat tinggi, namun jika berada di atas 0,5, ini masih dianggap memadai untuk melanjutkan analisis faktor. Selanjutnya, uji Bartlett menghasilkan angka Chi-Square sebesar 23.150 dengan nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,010. Karena nilai signifikansi (0,010) lebih rendah dari tingkat signifikansi yang biasanya ditetapkan (biasanya 0,05), maka hipotesis nol yang menyatakan tidak ada korelasi antar variabel ditolak. Artinya, ada korelasi yang cukup kuat antar variabel dalam penelitian ini.

Selain itu, nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) yang menunjukkan seberapa baik setiap variabel dijelaskan oleh variabel lain dalam analisis faktor. Nilai MSA yang tinggi menunjukkan bahwa variabel tersebut cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Dengan demikian, data sudah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis faktor. Meskipun nilai KMO tidak sangat tinggi, namun karena nilai signifikansi uji Bartlett yang rendah dan MSA yang memadai, akan dilanjutkan dengan analisis faktor untuk menggali struktur hubungan antar variabel dalam data.

Tabel 2. Measure of Sampling Adequacy

		Modal	Kemasan Produk	Network	Pengembangan Usaha	SDM
<i>Anti-image Covariance</i>	Modal	.756	-.304	-.052	-.243	.960
	Kemasan_Produk	-.304	.809	-.131	.037	-.036
	Network	-.052	-.131	.932	.011	-.064
	Pengembangan_Usaha	-.243	.037	.011	.907	.176
	SDM	-.036	.064	.176	-.010	-.010
<i>Anti-image Correlation</i>	Modal	.534 ^a	-.389	-.062 ^a	-.293 ^a	-.043
	Kemasan_Produk	-.389	.539 ^a	-.151	.043	-.072
	Network	-.062	-.151	.549 ^a	.012	.187
	Pengembangan_Usaha	-.293	.043	.012	.530 ^a	-.010
	SDM	-.043	-.072	.187	-.016	.472 ^a

Berdasarkan data di atas, nilai MSA untuk variabel SDM adalah 0,472 yang artinya di bawah 0,5. Maka variabel tersebut tidak dapat dianalisis lebih lanjut. Untuk itu dilakukan pengujian ulang untuk mendapatkan variabel apa saja yang nilainya lebih dari 0,5.

Tabel 3. Pengujian Ulang KMO and Barlett's Test

KMO and Barlett's Test			
Barlett's Test of Sphericity	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	Approx. Chi-Square	.541 20.591 6
	Df		.002
	Sig.		

Berdasarkan tabel di atas angka KMO *Measure of Sampling Adequacy* adalah 0,541, dimana nilai KMO tersebut di atas 0,5 maka kumpulan variable dapat diproses lebih lanjut. Pada tabel di atas juga terlihat angka *Barlett's Test* (yang ditunjukkan angka *Chi-Square*) sebesar 20.591 dengan signifikan 0,002 dan untuk df ditunjukkan dengan nilai 6. Oleh karena tingkat signifikan jauh di bawah 0,05 ($0,002 < 0,05$) maka variabel-variabel tersebut memenuhi syarat untuk analisis faktor.

Tabel 4. Pengujian Ulang MSA

		Modal	Kemasan Produk	Network	Pengembangan Usaha
<i>Anti-image Covariance</i>	Modal	.757	-.309	-.047	-.243
	Kemasan Produk	-.309	.813	-.124	.036
	Network	-.047	-.124	.966	.013
	Pengembangan Usaha	-.243	.036	.013	.907
<i>Anti-image Correlation</i>	Modal	.529 ^a	-.393	-.056	-.294
	Kemasan Produk	-.393	.541 ^a	-.140	.042
	Network	-.056	-.140	.669 ^a	.014
	Pengembangan Usaha	-.294	.042	.014	.527 ^a

4.3 Factoring dan Faktor Rotation

Pada studi ini, *Communalities* variabel modal kerja, angkanya adalah 0,694. Hal ini berarti sekitar 69,4% varians dari variabel modal kerja bisa dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk nantinya. Sedangkan variabel kemasan produk, angkanya adalah 0,600 yang berarti 60,0% varians dari variabel kemasan produk bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Variabel *network* angkanya 0,657 yang berarti 65,7% varians dari variabel *network* bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk. Dan variabel pengembangan usaha angkanya 0,685 yang artinya 68,5% varians dari variabel pengembangan usaha bisa dijelaskan oleh faktor yang terbentuk pada saat pemberian nama faktor. Secara kumulatif, kedua faktor dapat menjelaskan 65,87% dari variabilitas keempat variabel asli yang dianalisis.

Component matrix hasil proses rotasi (*rotated component matrix*) memperlihatkan distribusi variabel ke dalam faktor jika dilakukan rotasi. Berdasarkan hasil olah data dapat ditarik kesimpulan bahwa: 1. Variabel Modal kerja : setelah dilakukan rotasi terlihat berkorelasi kuat dengan faktor pertama yaitu 0,733; 2. Variabel Kemasan produk : setelah dilakukan rotasi terlihat berkorelasi kuat dengan faktor kedua yaitu 0,663; 3. Variabel *Network* : variabel ini masuk faktor kedua karena *factor loading* dengan faktor kedua setelah dilakukan rotasi juga semakin kuat yaitu dari 0,713 menjadi 0,796; 4. Variabel Pengembangan Usaha : variabel ini masuk faktor pertama karena *factor loading* dengan faktor pertama kuat (0,513) setelah dilakukan rotasi menjadi semakin jauh lebih kuat yaitu dari menjadi 0,809. Jadi, keempat variabel tersebut telah direduksi menjadi 2 faktor yaitu: (a) Faktor pertama terdiri atas modal kerja dan pengembangan usaha; (b) Faktor kedua terdiri atas kemasan produk dan *network*.

Untuk faktor yang paling dominan, dapat dilihat pada nilai *communalities*. Untuk faktor pertama dipengaruhi oleh 69,4% modal kerja dan 68,5% pengembangan usaha. Sehingga secara rinci faktor pertama ini adalah sebesar 68,95%. Sedangkan untuk faktor kedua dipengaruhi oleh 60,0% kemasan produk dan 65,7% *network* sehingga secara rinci faktor kedua adalah sebesar 62,85%. Dari penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan memengaruhi daya saing adalah faktor pertama, yaitu faktor keuangan (*financial*).

4.4 Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis untuk setiap variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut: Hipotesis pertama (H1): Variabel modal kerja memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru. Berdasarkan tabel Measure of Sampling Adequacy (MSA), nilai untuk variabel modal kerja adalah 0,534, yang lebih besar dari atau sama dengan 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa variabel modal kerja memiliki pengaruh yang cukup terhadap daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis. Hipotesis kedua (H2): Variabel kemasan produk memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru. Berdasarkan tabel Measure of Sampling Adequacy (MSA), nilai untuk variabel kemasan produk adalah 0,539, yang lebih besar dari atau sama dengan 0,5. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel kemasan produk memiliki pengaruh yang cukup terhadap daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis.

Hipotesis ketiga (H3): Variabel network memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru. Berdasarkan tabel Measure of Sampling Adequacy (MSA), nilai untuk variabel network adalah 0,549, yang juga lebih besar dari atau sama dengan 0,5. Ini menunjukkan bahwa variabel network memiliki pengaruh yang cukup terhadap daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis. Hipotesis keempat (H4): Variabel pengembangan usaha memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru. Berdasarkan tabel Measure of Sampling Adequacy (MSA), nilai untuk variabel pengembangan usaha adalah 0,530, yang lebih besar dari atau sama dengan 0,5. Ini menunjukkan bahwa variabel pengembangan usaha memiliki pengaruh yang cukup terhadap daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hipotesis kelima (H5): Variabel sumber daya manusia (SDM) memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru. Berdasarkan tabel Measure of Sampling Adequacy (MSA), nilai untuk variabel sumber daya manusia (SDM) adalah 0,472, yang lebih kecil dari 0,5. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel sumber daya manusia (SDM) tidak memiliki pengaruh yang cukup terhadap daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Dengan demikian, berdasarkan hasil pengujian, semua variabel yang diuji (modal kerja, kemasan produk, dan network) memiliki pengaruh yang cukup terhadap daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel ini memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi daya saing dalam konteks industri makanan khas Bugis. Selanjutnya, variabel pengembangan usaha dianggap berpengaruh terhadap daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis, sementara variabel sumber daya manusia (SDM) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing dalam konteks yang sama. Ini adalah temuan penting dalam penelitian Anda yang dapat digunakan untuk merancang strategi pengembangan bisnis yang lebih efektif dalam industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa dari lima variabel yang telah dianalisis, hanya empat variabel yang memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

khas Bugis di Kabupaten Barru, yaitu modal kerja, kemasan produk, network, dan pengembangan usaha. Hal ini diperkuat oleh nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) dari masing-masing variabel yang menunjukkan korelasi yang cukup kuat antar variabel. Selanjutnya, hasil analisis faktor menunjukkan bahwa untuk dapat bersaing dalam bisnis pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru, pengaruhnya dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor keuangan dan faktor pemasaran. Faktor keuangan terdiri dari modal kerja dan pengembangan usaha. Modal kerja sangat penting sebagai pengeluaran awal untuk pembelian bahan baku, yang kemudian digunakan untuk menghasilkan produk yang dapat dijual. Keuntungan yang diperoleh dapat reinvestasi untuk pengembangan usaha lebih lanjut. Dengan demikian, faktor keuangan, seperti modal kerja dan pengembangan usaha, memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing industri makanan khas Bugis.

Selain faktor keuangan, faktor pemasaran juga sangat berpengaruh. Strategi pemasaran yang efektif, termasuk inovasi dalam kemasan produk, dapat membantu perusahaan memasarkan produknya dengan lebih baik. Kemasan produk yang menarik dan inovatif dapat menarik perhatian konsumen, sehingga penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan aspek ini. Selain itu, menjalin jaringan kerja yang kuat dengan pihak lain dalam industri juga dapat memperluas peluang bisnis dan mendukung daya saing. Dalam keseluruhan, faktor keuangan dan faktor pemasaran adalah dua aspek kunci yang harus diperhatikan oleh sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru untuk bersaing secara efektif. Kombinasi modal kerja, pengembangan usaha, kemasan produk, dan jaringan kerja yang baik dapat membantu industri makanan khas Bugis untuk berkembang dan tetap kompetitif di pasar.

Kemasan produk memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan daya saing industri makanan khas Bugis. Inovasi dalam kemasan produk, seperti mencantumkan komposisi pada kemasan atau menciptakan desain yang menarik, dapat membuat produk menjadi lebih menonjol di mata konsumen. Hal ini penting untuk menjadikan produk lebih diminati oleh konsumen, termasuk mereka yang berasal dari luar. Terdapat kelemahan dalam kemasan produk pada industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru, yang menyebabkan kurangnya minat konsumen dari luar. Pengusaha dalam industri ini harus lebih fokus pada inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik produk mereka.

Selain itu, jaringan kerja (network) juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing industri makanan khas Bugis. Jaringan kerja membantu perusahaan mempromosikan produk mereka dan memberikan kontribusi positif terhadap kelancaran usaha. Namun, perlu diperhatikan bahwa para pengusaha dalam industri ini masih menghadapi kendala dalam menguasai teknologi yang mendukung jaringan kerja. Meskipun demikian, memiliki jaringan usaha yang kuat tetap menjadi faktor yang berpengaruh positif terhadap daya saing industri makanan khas Bugis. Pengembangan usaha juga memengaruhi daya saing industri makanan khas Bugis. Pengusaha dalam industri ini cenderung memiliki pengalaman usaha sebelumnya, yang membantu mereka dalam mengorganisasi faktor produksi dan membuat keputusan yang lebih baik. Keahlian dan pengalaman ini merupakan aset berharga dalam mengembangkan usaha mereka. Namun, sumber daya manusia (SDM) tidak memengaruhi daya saing industri makanan

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

khas Bugis di Kabupaten Barru. Para pengusaha dalam industri ini memiliki akses yang cukup baik terhadap tenaga kerja terampil, sehingga SDM tidak menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing industri tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori daya saing yang dikemukakan oleh Porter, yang menyatakan bahwa daya saing suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti modal kerja, pengembangan usaha, kemasan produk, dan jaringan kerja. Meskipun teori Heckscher-Ohlin dan Thurow juga memiliki pandangan yang berbeda, hasil penelitian ini tidak mendukung pandangan tersebut dalam konteks industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa hanya empat dari lima variabel yang telah dianalisis memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru. Variabel-variabel yang memengaruhi adalah modal kerja, kemasan produk, network, dan pengembangan usaha, sementara variabel sumber daya manusia tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap daya saing industri tersebut. Dari hasil analisis variabel-variabel tersebut, terbentuk dua faktor utama yang memengaruhi daya saing industri, yaitu faktor keuangan (financial) dan faktor pemasaran (marketing). Faktor keuangan mencakup modal kerja dan pengembangan usaha, sementara faktor pemasaran melibatkan kemasan produk dan jaringan pemasaran (network). Kedua faktor ini saling berhubungan dan memiliki korelasi yang tinggi, dengan faktor keuangan menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi daya saing industri makanan khas Bugis di Kabupaten Barru. Oleh karena itu, pengelolaan modal kerja dan pengembangan usaha yang baik, serta inovasi dalam kemasan produk dan pembangunan jaringan pemasaran yang efektif dapat meningkatkan daya saing industri makanan khas Bugis di daerah tersebut.

Referensi

- Adi, Kwartono. 2007. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Jakarta : Andi
- Agus, Rahayu. 2008. *Strategi Meraih Keunggulan dalam Industri Jasa Pendidikan*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Anonim, 2021, *Rekapitulasi Data Industri UMKM Berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia, Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Barru*
- Anonim, 2010, *Buku saku Perda*, Kota Pangkalpinang Basri, 2005. *Bisnis Pengantar Edisi Pertama*. BPFE : Yogyakarta
- Bastian, Bustami dan Nurlela, 2007, *Akuntansi Biaya : Kajian Teori dan Aplikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Djarwanto, 2002. *Analisis Laporan Keuangan 2*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- E. A. Kuncoro, 2008. *Leadership sebagai Primary Forces dalam Competitive Strength, Competitive area, Competitive Result guna meningkatkan Daya Saing Perguruan Tinggi*. Bandung : Penerbit Alfabeta

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

Fekon, Ismail. 2009. *Konsep Daya Saing Ekonomi*,
(<http://ismailfekon.edublogs.org/2009/02/11/hello-world/>), diakses 15 juni

2023)

Ghozali, Imam. (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi 3*, Semarang : Universitas Diponegoro

Hasan, M, Iqbal. (2003), *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Indonesia, Jakarta

Kuncoro, Mudrajad, 2001, *Metode Kuantitatif : Teori dan aplikasi bisnis dan ekonomi Edisi kedua*, UP AMP YKPN, Yogyakarta

Madura, Jeff, 2001. *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat : Jakarta

Munawir, S. 2005. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta : Liberty

Porter, Michel. 1993. *Competitive Advantage*, (<http://www.scribd.com/dog/50339801/Konsep-Daya-Saing-WilayahPerspektif-Teknologi>, diakses 01 Juli 2023)

Priyatno, Duwi. (2010), *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Mediakom : Yogyakarta

Riyanto, Bambang. 2001. *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta : Salemba Empat.

Santoso, S. (2010), *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT Eleex Media Komputindo, Jakarta

Sudjana Rachmat, Sugiarto. 2007. *Ekonomi Mikro*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Sugiono. (2009), *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Suharyadi dan Purwanto. (2003), *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. PT Salemba Emban Patria : Jakarta

Sumiharjo, 2008. *Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Melalui Pengembangan Daya Saing Berbasis Potensi Daerah*. Bandung : Penerbit Fokusmedia

Suwardjono, 2005. *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta : BPF

Tambunan, Tulus, 2002, *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia : Beberapa Isu Penting*, Salemba Empat, Jakarta

Tunggal, Amin Wijaya. 2002. *Akuntansi untuk Koperasi*. PT Rineka Cipta : Jakarta

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2018 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UU UMKM)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah

Usry Carter. 2002. *Akuntansi Biaya*. Jakarta : Salemba Empat

Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia 2023 Papua

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 1

17-19 Oktober 2023

Wahyuni, Ary. (2006), *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Omset Usaha dan Posisi Bersaing pada Sentra Industri Mebel Kayu di Kelurahan Tanjung Sekar Kota Malang*, Penelitian S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya, Malang www.bappenas.go.id/get-file-server/node/1122

Yustika, Erani, 2005, *Perekonomian Indonesia : Depenelitian, Prepenelitian, dan Kebijakan*, Bayumedia, Malang

<https://djpk.kemenkeu.go.id/wp-content/uploads/2022/01/Salinan-UU-Nomor-1-Tahun-2022.pdf>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)