

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**“PENGARUH INOVASI PRODUK OLAHAN NANAS TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN (STUDI PADA
KOPERASI KELOMPOK TANI TUNAS MAKMUR DI DESA KAMPUNG
JAWA KABUPATEN BENGKALIS)”**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Skripsi
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



**Halimatussa'diah
NPM : 177210262**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

**PEKANBARU
2021**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Halimatussadiyah
NPM : 17710262
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Sastra Satu (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-bab dalam skripsi ini, telah di pelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diuji dalam sidang konferenensif.

Pekanbaru, Maret 2021

Turut Menyetujui

Program Studi Administrasi Bisnis

Ketua,

Ariel Rifa' Alarhan, Sos., M.Si

Pembimbing


Dr. Ainisa Mardatillah, Sos M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Halimatussa'diah
NPM : 177210262
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul UP : Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur didesa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis).

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan - ketentuan metode penulisan karya ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konferensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 2021

Ketua,


Dr. Annisa Mardatillah S.Sos., M.Si

Sekretaris,


Ema Fitri Lubis., S.Sos., M.Si

Anggota,


Hj. Dr. Rosmayani., S.Sos., M.Si


Indra Fitri, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSI SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Akultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor : 626/UIR-Fs/ Ktsp/2020 tanggal 19 april 2021 maka di hadapan tim penguji pada hari ini, kams tanggal, 22 April 2021 jam 09.00 – 10.00 WIB bertempat diruang sidang Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa :

Nama : Halimatussa'diah
NPM : 177210262
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul Skripsi : **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur didesa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis).**

Nilai Ujian : Angka: “ 86 ” ; Huruf : “ A ”
Keputusan hasil ujian : Lulus/ Tidak Lulus/ Ditunda

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Annisa Mardatillah, S.Sos., M.Si.	Ketua	1. 
2.	Ema Fitri Lubis, S.Sos., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. X

Pekanbaru, 22 April 2021
An. Dekan


Indra Safri, S.Sos., M.Si.
Wakil Dekan / Bid. Akademik

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU
NOMOR : 626/UIR-FS/KPTS/2021
TENTANG TIM PENGUJI UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI MAHASISWA**

DEKAN FISIPOL UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk mengevaluasi tingkat kebenaran penerapan kaidah dan metode penelitian ilmiah dalam naskah Skripsi Mahasiswa maka dipandang perlu untuk diuji dalam forum ujian komprehensif.
2. Bahwa Tim Penguji dimaksud perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.
- Mengingat** : 1. UU Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional
2. PP Nomor: 60 Tahun 1999 Tentang Sistem Pendidikan Tinggi
3. SK. Mendiknas RI Nomor 045/U/2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi.
4. SK Rektor UIR Nomor: 344/UJR/KPTS/2015 tentang Kurikulum Baru Fisipol UIR
5. SK Rektor UIR Nomor: 258/UJR/KPTS/2020, tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas dan Direktur Pascasarjana UIR masa bakti 2020-2024.
- Memperhatikan** : Rekomendasi Ka Prodi dan Wakil Dekan I Bidang Akademik (WD.I) tentang Usulan Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Dosen Tim Penguji Ujian Komprehensif Skripsi Mahasiswa atas nama yang tersebut dibawah ini :

Nama : Halimatussah'diah
N P M : 177210262
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : "Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampong Jawa Kabupaten Bengkalis)."

1. Dr. Annisa Mardatillah, S.Sos., M.Si. Sebagai Ketua merangkap Penguji
 2. Ema Fitri Lubis, S.Sos., M.Si. Sebagai Sekretaris merangkap Penguji
 3. Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si. Sebagai Anggota merangkap Penguji
2. Tim Penguji melaksanakan tugas dan mengisi serta menandatangani berkas ujian sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Fakultas.
3. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan segera ditinjau kembali.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 19 April 2021
Dekan

Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si
NPK. 080102337

Tembusan Disampaikan Kepada :

1. Yth. Bapak Rektor UIR
2. Yth. Sdr. Ka. Biro Keuangan UIR
3. Yth. Ketua Jurusan ADM Bisnis.....
4. Arsip -----sk.penguji

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Halimatussa'diah
NPM : 177210262
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)
Judul UP : Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur didesa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis).

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrasi dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebuah karya ilmiah.

Pekanbaru, 2021

Ketua,	Sekretaris,
	
Dr. Annisa Mardatillah S.Sos., M.Si	Ema Fitri Lubis., S.Sos., M.Si

Turut Menyetujui,

Wakil Dekan I,



Indra Sapri, S.Sos., M.Si

Program studi
Administrasi bisnis
ketua



Arief Rifa'ul Karahap, S.Sos., M.Si

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan segala keterbatasan akhirnya proposal ini dapat peneliti selesaikan proposal yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)” ini dapat peneliti tulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu.

Peneliti dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembar bab perbab proposal ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian peneliti menyadari bahwa pada lembar tertentu naskah tugas ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu peneliti berharap kemakluman serta masukan.

Peneliti menyadari pula bahwa dalam proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian proposal ini banyak pihak turut membantu. Sehubungan dengan itu secara khusus pada lembaran ini peneliti mengucapkan salud dan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. DR. H. Syafrinaldi SH, MCL karena selama saya kuliah di Universitas Islam Riau ini selalu menjadi motivator untuk menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. Syahrul Akmal Latif, M.Si karena selama saya

- kuliah di Universitas Islam Riau ini selalu menjadi motivator untuk menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
3. Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, karena selama saya kuliah di Universitas Islam Riau ini selalu menyediakan fasilitas yang dibutuhkan.
 4. Bapak Arief Rifa'i, S.Sos., M.Si, selaku ketua program studi Administrasi Bisnis dan jajaran Dosen pada Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memfasilitasi serta menularkan ilmu pengetahuan sehingga telah memperluas wawasan dan sangat membantu peneliti dalam proposal ini.
 5. Ibu Dr. Annisa Mardatillah, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu dan memberikan arahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini.
 6. Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur yang telah memberikan izin agar peneliti bisa melakukan penelitian mengenai produk olahan nanas.
 7. Ibu Afrita dan Bapak Zulfikar selaku kedua orangtua peneliti yang selalu memberikan motivasi dan karena kerja keras beliauah peneliti dapat menimba ilmu di Universitas Islam Riau.
 8. Keluarga, kerabat dan sahabat yang selalu menyemangati untuk menyelesaikan studi ini secara cepat.
 9. Kakak Shafira Amalia, Abang Fauzie Rifa'i, dan sahabat seperjuangan saya yaitu; Navhisya Novelia, Auliya nurjamilah, Siti Viona, Deby Tri

rahmadani, Muhammad Pasya, dan Epriliany Syarvina yang memberikan semangat untuk menyelesaikan proposal ini.

Peneliti bermohon kepada Yang Maha Kuasa semoga jasa baik Beliau itu dibalasi dengan rahmat dan karunia yang setimpal, amin Akhirnya peneliti berharap semoga proposal ini dapat memberikan manfaat yang cukup berarti kepada setiap para pembacanya.

Pekanbaru, Maret 2021
Peneliti

Halimatussa'diah



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF	iv
SURAT KEPUTUSAN DEKAN FISIPOL UIR.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
SURAT PERNYATAAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	17
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	
A. Studi Kepustakaan	19
1. Administrasi	19
2. Administrasi Bisnis	21
3. Organisasi.....	22
4. Manajemen.....	23
5. Manajemen Pemasaran.....	24
6. Bauran Pemasaran.....	25
7. Produk	26
8. Inovasi Produk	27
9. Konsep Inovasi Produk	29
10. Proses Inovasi	29
11. Kategori Inovasi Produk	30

12. Penggolongan Inovasi Produk	30
13. Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	31
14. Koperasi	34
15. Hubungan Inovasi Produk dengan keunggulan Bersaing Berkelanjutan	35
B. Penelitian terdahulu	37
C. Kerangka Pikir	42
D. Model Konsep Penelitian	44
E. Hipotesis.....	44
F. Konsep Operasional	44
G. Operasional Variabel.....	46
H. Teknik Pengukuran Data.....	48
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Tipe penelitian.....	50
B. Lokasi penelitian	51
C. Populasi dan Sampel Penelitian	51
D. Teknik Penarikan Sampel	52
E. Jenis dan Sumber Data	52
F. Teknik Pengumpulan Data	53
G. Teknik Analisis Data.....	54
H. Uji Hipotesis Statistik	56
I. Hipotesis Statistik	58
BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Berdirinya.....	60
B. Visi dan Misi Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur.....	62
C. Struktur Organisasi Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur	62
D. Fungsi dan Tugas	65
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Uji Validitas dan Reabilitas.....	67
1. Uji Validitas	67
2. Uji Reabilitas.....	69

B. Identitas Responden	69
1. Umur responden	70
2. Jenis kelamin	71
3. Tingkat pendidikan responden	72
4. Omset penjualan	74
5. Penghasilan responden	75
C. Hasil Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)	76
1. Rekapitulasi tanggapan responden mengenai dimensi Inovasi Produk	77
1.1 Fitur Produk.....	77
1.2 Desain Produk	80
1.3 Kualitas Produk	82
2. Rekapitulasi tanggapan responden mengenai dimensi Keunggulan bersaing Berkelanjutan.....	86
2.1 Bernilai	87
2.2 Unik/ Langka.....	89
2.3 Tidak Mudah Digantikan	91
2.4 Tidak Mudah Ditiru.....	93
D. Pengujian Instrumental Penelitian.....	95
1. Uji Asumsi Klasik	96
2. Koefisien Regresi	98
3. Koefisien Korelasi Pearson	100
4. Koefisien Determinasi	101
5. Uji Parsial (t)	101
6. Pembahasan Deskripsi Penelitian.....	103
BAB VI : PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR TABEL

TABEL		Halaman
1.1	:Produk yang di produksi oleh pelaku usaha dengan memberdayakan potensi lokal daerah dalam segi pertanian	2
1.2	: Hasil Produksi Tanaman Hortikultura (Buah – Buahhan) kab.bengkalis.....	4
1.3	: Jumlah Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bengkalis	5
1.4	: Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perbidang Usaha Kec.Bukit Batu	7
1.5	: Daftar nama toko yang bekerja sama dengan koperasi.....	12
1.6	: Omset Penjualan Koperasi Kelompok Tani tunas Makmur	13
II.1	: Penelitian terdahulu	37
II.2	: Operasional Variabel	47
II.3	: Tabel Interval Rata – rata	49
III.1	: Populasi dan Sampel	52
V.1	: Hasil Analisis Validitas Variabel Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	68
V.2	: Hasil Reabilitas Variabel Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	69
V.3	: Omset Penjualan Koperasi kelompok tani tunas makmur desa kampung jawa Kabupaten Bengkalis	74
V.4	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Fitur produk	77
V.5	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Desain produk.....	80
V.6	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Kualitas Produk	82
V.7	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai Variabel Inovasi produk.....	85

V.8	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator bernilai	87
V.9	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Unik / langka	89
V.10	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Tidak Mudah digantikan.....	91
V.11	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Tidak Mudah ditiru	93
V.12	: Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai variabel keunggulan bersaing berkelanjutan	94
V.13	: Hasil Uji Normalitas.....	96
V.14	: Hasil Uji Linearitas	97
V.15	: Hasil Regresi Linear Sederhana	99
V.16	: Nilai skor dan interval penelitian	100
V.17	: Koefisien Korelasi Pearson	100
V.18	: Koefisien Determinasi.....	101
V.19	: Uji Parsial (T).....	102

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1.1 : Daftar Produk Olahan Nanas	9
1.2 : Keterkaitan sumber daya dengan keunggulan bersaing berkelanjutan	34
2.1 : Kerangka Pikir Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	43
2.2 : Model Konsep Penelitian	44
4.1 : Struktur Organisasi Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur	64
V.1 : Distribusi jumlah responden Menurut Umur pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis	70
V.2 : Distribusi jumlah responden Menurut Jenis Kelamin pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis	71
V.3 : Distribusi jumlah responden Menurut tingkat pendidikan pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis	72
V.4 : Omset Penjualan Koperasi kelompok tani tunas makmur desa kampung jawa kabupaten bengkalis	74
V.5 : Distribusi jumlah responden Menurut tingkat penghasilan pada anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran I : Daftar Kuisisioner Penelitian Pengaruh Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Didesa Kampung Jawa Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis).....	110
Lampiran II : Wawancara Penelitian Pengaruh Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Didesa Kampung Jawa Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis).....	115
Lampiran III : Tabel Tely Penelitian Pengaruh Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Didesa Kampung Jawa Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis).....	118
Lampiran IV : Output progam SPSS V.22 Mengenai Pengaruh Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Didesa Kampung Jawa Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis)	123
Lampiran V : Distribusi Nilai r tabel	134
Lampiran VI : Distribusi Nilai t tabel	135
Lampiran VII : Surat Rekomendasi dan Rekapitulasi Data Dinas Pertanian dan Dinas UMKM Kabupaten	137
Lampiran VIII : Dokumentasi Penelitian Pengaruh Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Didesa Kampung Jawa Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis).....	142

SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian seminar proposal yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halimatussa'diah
NPM : 17721062
Jurusan : Administrasi Bisnis
Judul UP : Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)

Atas naskah yang di daftarkan pada ujian seminar proposal beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah proposal ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik, dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahawa saya ternyata terbukti melanggar atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya akan menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil seminar proposal yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, Maret 2021


Halimatussa'diah

**PENGARUH INOVASI PRODUK OLAHAN NANAS TERHADAP
KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN (STUDI PADA
KOPERASI KELOMPOK TANI TUNAS MAKMUR DI DESA KAMPUNG
JAWA KABUPATEN BENGKALIS)**

ABSTRAK

Halimatussa'diah

177210262

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk melihat pengaruh inovasi produk olahan nanas terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan (studi pada koperasi kelompok tani tunas makmur didesa kampung jawa kabupaten bengkalis). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui dimensi inovasi produk yang paling berpengaruh pada keunggulan bersaing berkelanjutan, adapun indikator inovasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Fitur Produk, Desain atau Rancangan produk dan Kualitas produk, serta indikator keunggulan bersaing berkelanjutan yang digunakan peneliti yaitu bernilai, unik atau langka, tidak mudah ditiru dan tidak mudah digantikan. Pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh atau sensus. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuisioner, dan analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana dengan aplikasi spss v.22. Analisis yang menggunakan beberapa uji dalam statistik, hasil uji normalitas data menggunakan metode kolmogorov smirnov sebesar 0,200, yang artinya hasil uji data tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0,05 sehingga uji normalitas pada penelitian ini terdistribusi normal. Hubungan Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu 0.471, maka dapat diartikan bahwa adanya hubungan antara inovasi produk dan keunggulan bersaing berkelanjutan, tingkat hubungan antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu sebesar **0,471** yang artinya tingkat hubungan antar variabel sedang. Koefisien determinasi atau R Square (R^2) sebesar **0,222** atau **22,2%**. Variabel inovasi produk mempengaruhi keunggulan bersaing berkelanjutan pada koperasi kelompok tani tunas makmur didesa kampung jawa kabupaten bengkalis sebesar **22,2%** sedangkan sisanya sebesar **77,8%** dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, Produk olahan nanas, Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Didesa Kampung Jawa.

***THE EFFECT OF INNOVATION ON PROCESSED PINEAPPLE
PRODUCTS ON SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE (STUDY ON
TUNAS MAKMUR FARMER GROUP IN KAMPUNG JAWA VILLAGE,
BENGKALIS REGENCY)***

ABSTRAC

Halimatussa'diah

177210262

The research conducted by the author aims to see the effect of pineapple processed product innovation on sustainable competitive advantage (study on the Tunas prosperous farmer group cooperative in the village of Java, Bengkalis Regency). This study also aims to determine the dimensions of product innovation that have the most influence on sustainable competitive advantage, while the innovation indicators used in this study are Product Features, Product Design or Design and Product Quality, as well as indicators of sustainable competitive advantage used by researchers, namely valuable, unique or rare, not easy to imitate and not easy to replace. Sampling using saturated sampling method or census. The data in this study were obtained through questionnaires, and the data analysis used was simple regression analysis with the spss v.22 application. Analysis that uses several statistical tests, the results of the normality test of the data using the Kolmogorov Smirnov method are 0.200, which means that the test results of the data are greater than the 0.05 significant level so that the normality test in this study is normally distributed. The relationship between product innovation and sustainable competitive advantage is 0.471, it can be interpreted that there is a relationship between product innovation and sustainable competitive advantage, the level of relationship between product innovation and sustainable competitive advantage is 0.471, which means the level of relationship between variables is moderate. The coefficient of determination or R Square (R^2) is 0.222 or 22.2%. The product innovation variable affects the sustainable competitive advantage of the Tunas prosperous farmer group cooperative in the village of Java, Bengkalis Regency by 22.2% while the remaining 77.8% is influenced by other variables.

Keywords: Product Innovation, Sustainable Competitive Advantage, Pineapple Processed Products, Tunas Makmur Farmer Group Cooperative in Kampung Jawa Village.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini persaingan dibidang kuliner terus meningkat, dan konsumen semakin selektif dalam memilih produk. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi produk yang unik dan berbeda dari pesaing lainnya. Kondisi ini terjadi hampir disemua sektor usaha seperti sektor transportasi, sektor hiburan, sektor perdagangan dan yang paling menonjol yaitu sektor perdagangan, khususnya perdagangan dibidang kuliner.

Provinsi Riau merupakan wilayah yang beriklim tropis, sumber dayanya didominasi oleh sumber daya alam, terutama minyak bumi, gas alam, karet, kelapa sawit, dan perkebunan serat yang sangat berkembang khususnya dibidang flora, provinsi Riau terkenal akan kelapa sawit, karet, dan sagu. Namun provinsi Riau bukan hanya rumah untuk ketiga tanaman tersebut tetapi juga dengan tanaman buah – buahannya seperti : durian, mangga, duku, nanas, dan buah lainnya. Banyak masyarakat daerah riau yang memanfaatkan hasil alam, dan memberdayakan potensi lokal daerahnya baik itu dalam segi perindustrian, perikanan, pertanian dan perkebunan, agar produk daerahnya menjadi produk unggulan. Hal ini membuat masyarakat harus bisa untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik itu dalam segi budaya, sosial, politik dan ekonomi.

Kearifan lokal merupakan suatu kegiatan yang melindungi, melestarikan, dan memanfaatkan alam dan lingkungan, karena kearifan lokal merupakan proses

interaksi antar sesama manusia dan lingkungannya dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat daerahnya.

Suatu usaha yang berbasis kearifan lokal, menjadi salah satu icon untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat daerah dan menjadi penompang perekonomian Indonesia sehingga tercapainya kesejahteraan hidup yang memadai bagi masyarakat daerah tersebut, masyarakat daerah juga menggunakan berbagai macam cara untuk mengolah hasil alam dan lingkungan agar dapat menjadi berbagai macam produk yang memiliki nilai jual tinggi dan keunggulan bersaing di setiap daerahnya .Usaha yang di jalankan oleh masyarakat seperti Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), (UKM), (Koperasi), dan Perusahaan diharapkan mampu untuk menciptakan lowongan pekerjaan agar dapat mengurangi angka pengangguran.

Setiap masyarakat daerah melakukan berbagai macam cara dalam mengolah hasil alam dan lingkungannya, agar produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang tinggi dan keunggulan bersaing di setiap daerah. Adapun produk yang di produksi oleh pelaku usaha dengan memberdayakan potensi lokal daerah dalam segi pertanian seperti:

Tabel 1.1 : Produk yang di produksi oleh pelaku usaha dengan memberdayakan potensi lokal daerah dalam segi pertanian Kabupaten Bengkalis

No	Jenis tanaman	Hasil produksi
1.	Kelapa sawit	Minyak makan (palm oil)
2.	Durian	Tempoyak, pancake durian, bolu durian, ketan durian.
3.	Nanas	Keripik nanas, keripik tepung nanas, dodol nanas, manisan nanas, wajik nanas, sirup nanas, selai nanas, besek.

Sumber : Observasi Penulis,2020

Berdasarkan tabel diatas ada beberapa hasil tanaman yang dikelola oleh pelaku usaha menjadi berbagai macam produk yang lebih bermanfaat, berinovasi, bernilai jual tinggi, dan memiliki keunggulan bersaing didaerahnya. Dengan memanfaatkan potensi lokal daerah, pelaku usaha juga dapat menciptakan inovasi dari olahan tanaman tersebut.

Strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha yaitu menciptakan berbagai macam varian produk, desain produk yang dihasilkan, segmen pasar yang dituju, dan kualitas produk. Pelaku usaha lokal daerah harus membuat inovasi untuk dapat menarik konsumen dan memperluas pasar agar mampu bersaing dengan produk – produk unggulan lainnya .

Setiap pelaku usaha yang bersaing dalam suatu industri pasti mempunyai strategi bersaing eksplisit atau implisit, dan dalam pengembangan strategi bersaing, pelaku usaha juga harus bisa mengembangkan sebuah ide umum mengenai bagaimana bisnis akan bersaing.

Pada saat ini banyak industri yang berkembang, seperti industri pakaian, perabotan rumah, minuman dan industri makanan. Industri makanan merupakan industri yang cepat berkembang inovasinya dengan dipengaruhi teknologi dan pasar. Hal ini terjadi karena adanya persaingan diantara industri makanan dalam mendapatkan perhatian konsumen untuk meningkatkan penjualan sehingga mendapatkan keuntungan bagi pelaku usaha daerah. Dengan ketatnya persaingan, setiap ada inovasi baru pasti dengan mudahnya untuk diikuti oleh pesaing lain hingga dikembangkan menjadi suatu yang lebih baik agar produk yang dihasilkan menjadi produk yang unggul dalam bersaing.

Pada saat ini masyarakat daerah Kabupaten Bengkalis banyak yang melakukan inovasi dalam bidang kerajinan, minuman, dan makanan olahan dari berbagai tanaman buah – buahan yang di tanam sendiri oleh kelompok Tani daerah nya. Berikut ini data hasil produksi tanaman Hortikultura (buah – buahan) Kabupaten Bengkalis tahun 2019 (kuintal):

Tabel I.2 : Hasil Produksi Tanaman Hortikultura (Buah – Buah) Kabupaten Bengkalis (kuintal)

NO.	KOMODITI	TW I	TW II	TW III	TW IV	JUMLAH
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(15)
A 1	Alpukat	61	64	59	60	244
2	Belimbing	157	212	253	228	850
3	Duku/Langsar	10	80	70	65	225
4	Durian	2.795	4.905	2.740	3.275	13.715
5	Jambu Biji	392	392	374	384	1.542
6	Jambu Air	210	238	227	232	907
7	Jeruk Siam/keprok	1.100	812	55	60	2.027
8	Jeruk Besar	18	18	18	23	77
9	Mangga	3.215	3.905	2.775	3.015	12.910
10	Manggis	5	1.480	25	25	1.535
11	Nangka/Cempedak	2.576	1.820	1.820	1.820	8.036
12	Nenas	16.639	11.386	10.411	10.761	49.197
13	Pepaya	1.195	1.020	1.920	1.990	6.125
14	Pisang	26.597	26.577	26.529	26.729	106.432
15	Rambutan	6.470	7.954	1.428	1.543	17.395
16	Salak	0	0	0	0	0
17	Sawo	146	139	105	138	528
18	Markisa/Konyal	0	0	0	0	0
19	Sirsak	101	121	121	121	464
20	Sukun	518	428	353	353	1.652
21	Apel	0	0	0	0	0
22	Anggur	0	0	0	0	0
23	Melinjo	362	363	330	275	1.330
24	Petai	219	219	115	159	712
25	Jengkol	548	548	273	573	1.942
TOTAL		63.334	62.681	50.001	51.829	227.845

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Bengkalis, 2019

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa kabupaten Bengkalis memiliki potensi lokal untuk mengelola hasil produksi dari tanaman hortikultura (buah – buahan) yang ada di daerahnya. Tanaman Hortikultura terbanyak yang di produksi setiap triwulannya adalah buah pisang dan buah nanas, melihat banyaknya potensi alam yang dimiliki kabupaten Bengkalis, masyarakat juga mengembangkan potensi alam tersebut dengan mengolah potensi yang sudah ada, misalnya membuat berbagai macam makanan olahan dari tanaman lokal daerahnya.

Usaha yang dijalankan masyarakat termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang menghasilkan produk rumahan, berikut ini merupakan data jumlah usaha kecil dan menengah kabupaten bengkalis tahun (2019):

Tabel I.3 : Jumlah Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bengkalis Tahun(2019)

No	Kecamatan	Uraian			Jumlah
		Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	
1.	Bengkalis	6.698	1.865	88	8.651
2	Bantan	5.469	556	19	6.044
3	Siak Kecil	3.253	278	12	3.543
4	Bukit Batu	4.132	637	25	4.794
5	Bandar Laksamana	-	-	-	-
6	Pinggir	7.552	1.896	42	9.490
7	Tualang Mandau	-	-	-	-
8	Mandau	10.236	2.569	82	12.887
9	Bathin Salopan	-	-	-	-
10	Rupat	2.386	194	19	2.599
11	Rupat Utara	1.128	162	2	1.292
JUMLAH		40.854	8.157	289	49.300

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Bengkalis, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah kabupaten Bengkalis menurut kecamatan tahun 2019 cukup tinggi, hal ini sejalan dengan minat berwirausaha masyarakat daerah kabupaten bengkalis yang semakin meningkat, peningkatan UMKM ini juga memberi kontribusi pada

Produk Domestik Bruto Regional, menurut data dari *Badan Pusat Statistik* Kabupaten Bengkalis pada tahun 2017 PDRB usaha kecil dan menengah berkontribusi sebesar 5,83% dan pada tahun 2018 menjadi 5,60% angka ini mengalami peningkatan yang signifikan ditahun 2019 yaitu sebesar 6,48%.

Dari angka diatas dapat disimpulkan bahwa usaha mikro kecil dan menengah dari masyarakat dapat berdampak kepada peningkatan perekonomian masyarakat dan pendapatan daerah suatu kabupaten. Usaha yang paling berkembang di kabupaten Bengkalis yaitu usaha di bidang industri pengolahan makanan, dalam industri pengolahan makanan koperasi juga ikut serta dalam kegiatan tersebut, tetapi banyak yang tidak mengetahui bahwa koperasi menjadi salah satu wadah atau tempat berkumpulnya para pelaku UMKM .

Secara umum koperasi adalah suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang perekonomian masyarakat, dengan anggota masyarakat daerah setempat, yang berkewajiban untuk melakukan suatu usaha yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dan memenuhi kebutuhan anggotanya. Peranan koperasi tidak hanya disektor pertanian saja tetapi juga kesektor lainnya seperti : sektor industri, sektor perdagangan, sektor angkutan dan listrik.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM kabupaten Bengkalis di Kecamatan Bukit Batu terdapat beberapa bidang usaha UMKM seperti:

Tabel 1.4 : Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perbidang Usaha Di Kecamatan Bukit Batu Tahun (2019)

No	NAMA	Jenis Usaha			Jumlah
		Usaha mikro	Usaha kecil	Usaha menengah	
1.	Jumlah umkm bidang kuliner	290	14	0	304
2.	jumlah umkm bidang Fasion, tenun	151	5	0	156
3.	Jumlah umkm bidang pendidikan	0	0	0	0
4.	Jumlah umkm bidang otomotif, las terali	71	0	6	77
5.	Jumlah umkm bidang agrobisnis	937	0	0	937
6.	Jumlah umkm bidang Mubeler dan anyaman, pembuatan batu – batu	16	1	0	17
7.	Jumlah umkm bidang perdagangan	427	96	57	580

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Bengkalis, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah UMKM dibidang agrobisnis memiliki angka yang paling tinggi dari pada bidang lainnya, karena di Kecamatan Bukit Batu, pekerjaan masyarakat daerah nya lebih banyak yang menjadi petani sekaligus pedagang.

Dalam kaitan ini, Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur mendapatkan binaan dari PT. Pertamina RUU II Sungai Pakning dalam progam CSR nya. Koperasi kelompok Tani Tunas Makmur merupakan kelompok yang dibentuk oleh ketua petani pada tahun 2017 didesa kampung Jawa kelurahan Sungai Pakning dengan banyak anggota sekitar 40 orang. Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa menghasilkan berbagai macam produk olahan dari nanas, jenis nanas yang di olah oleh kelompok tani tunas makmur yaitu Varietas Queen dan sering disebut dengan nanas Maon ataupun Moris.

Kelompok tani tunas makmur mengaku tertarik dalam mengolah nanas karena banyaknya petani yang ada didesa Kampung Jawa memiliki lahan tanah gambut tetapi belum dimanfaatkan dengan efisien, dan pengolahannya masi terbatas saat itu. Karena adanya bantuan dan binaan dari PT. Pertamina (Persero) RUU II Sungai Pakning, kelompok tani tunas makmur lebih memilih menanam buah nanas, dikarenakan di tanah gambut buah nanas lebih mudah pertumbuhannya, dan bisa juga untuk mengurangi resiko kebakaran lahan. Buah nanas yang diproduksi oleh kelompok tani tunas makmur di jual keluar daerah, kota hingga keluar negeri karena bibit nanas yang di tanam merupakan bibit nanas unggul, dan buah nanas yang sudah disortir diolah menjadi berbagai macam produk olahan nanas. Pengolahan buah nanas dari tahap pertama hingga tahap pemasaran juga dilakukan oleh kelompok tani tunas makmur.

Dalam pengolahan buah nanas ini, kelompok tani tunas makmur dibagi menjadi beberapa kelompok yang sesuai dengan bidangnya yaitu: bidang perkebunan dan pemeliharaan, bidang produksi, bidang umkm dan bidang pemasaran. Kelompok tani tunas makmur juga sudah menghasilkan berbagai macam produk olahan nanas seperti:

1. Manisan nanas
2. Keripik nanas
3. Keripik tepung nanas
4. Wajik nanas
5. Sirup nanas
6. Besek dari kulit nanas (tempat atau wadah pengganti kantong plastik)

Gambar 1.1 : Daftar Produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kelurahan Sungai Pakning Kabupaten Bengkalis

No	Gambar Produk	Keterangan
1.		Manisan nanas
2.		Wajik nanas
3.		Keripik nanas
4.		Keripik tepung nanas
5.		Sirup nanas
6.		Besek terbuat dari kulit nanas(wadah atau tempat pengganti kantong plastik).

Sumber : Observasi Penulis,2020

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa kelompok tani tunas makmur membuat inovasi olahan nanas menjadi berbagai macam produk makanan yang bernilai tinggi. Inovasi produk yang dilakukan oleh kelompok tani tunas makmur dalam mengolah buah nanas menjadi berbagai macam produk seperti keripik

nanas, keripik tepung nanas, wajik nanas, dodol nanas, manisan nanas, sirup nanas dan besek yang terbuat dari kulit nanas (tempat atau wadah yang digunakan untuk mengganti plastik).

Kelompok tani tunas makmur memiliki anggota yang sudah ahli disetiap bidangnya sehingga para pesaing lainnya tidak dapat meniru produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur karena setiap orang memiliki skill ataupun keterampilan yang berbeda – beda dalam mengolah sebuah produk.

Kelompok tani tunas makmur tidak hanya melakukan inovasi olahan nanas saja tetapi melakukan inovasi pada kemasan produk olahan nanasnya, awalnya kemasan produk keripik nanas, dan keripik tepung nanas hanya memakai plastik kaca yang di rekat menggunakan portable sealer (alat perekat plastik), setelah mendapatkan binaan dari pertamina kelompok tani tunas makmur berupaya untuk melakukan inovasi terhadap kemasan produknya, sehingga kemasan produk yang dihasilkan oleh kelompok tani tunas makmur lebih bagus dan lebih aman untuk di kirim keluar daerah. Kelompok tani tunas makmur juga melakukan inovasi pada salah satu produk nya yaitu besek, upaya yang dilakukan oleh kelompok tani tunas makmur yaitu dengan memberikan warna pada besek yang terbuat dari daun nanas tersebut (tempat atau wadah yang digunakan untuk mengganti plastik) agar dapat menambahkan estetika pada besek tersebut. Dalam hal ini kelompok tani tunas makmur juga memperhatikan kualitas semua produk yang dihasilkan nya, baik itu kualitas buah nanas yang digunakan, maupun bahan – bahan pelengkap lainnya.

Inovasi yang dilakukan oleh kelompok tani tunas makmur sejalan dengan pendapat Suryani, yang menyatakan bahwa salah satu cara yang harus dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan melakukan inovasi pada produknya (Suryani, 2008) agar produk yang dihasilkan oleh kelompok tani tunas makmur dapat dikenal oleh masyarakat daerah Riau maupun diluar daerah.

Inovasi yang belum dilakukan oleh kelompok tani tunas makmur yaitu membuat kue basah (kue bolu, kue lapis nanas dan brownis nanas) ataupun kue kering dari olahan nanas dikarenakan kue dari olahan nanas untuk jangka waktu penyimpanannya lebih singkat, dan ada beberapa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur yang hanya dibuat dengan sistem PO (Pre Order) seperti sirup nanas, wajik nanas dan manisan nanas, dikarenakan olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak menggunakan bahan pengawet sehingga masa penyimpanannya lebih singkat.

Kelompok tani tunas makmur dalam mengolah buah nanas memiliki kendala yang mana sumber daya manusia dalam mengolah buah nanas kurang, adapun kendala pada saat ini (masa pandemi covid 19) buah nanas yang di panen cukup banyak sehingga buah nanas yang di panen oleh kelompok tani tunas makmur melimpah, kelompok tani tunas makmur harus mampu mengolah buah nanas tersebut menjadi suatu produk yang dapat disimpan dan tahan lama agar buah nanas tersebut tidak membusuk ataupun terbuang.

Dalam pemasaran produk olahan nanas ini, kelompok tani tunas makmur sudah memasarkan produknya, selain di Sungai Pakning sudah masuk wilayah Bengkalis, Dumai, dan Pekanbaru. Kelompok tani tunas makmur juga berusaha

memperkenalkan produk nya melalui event – event di pemerintahan seperti MTQ, bazar dan sebagainya, dan memasarkan produk – produk nya melalui media sosial seperti instagram, shopee dan media sosial lainnya. Produk ini juga akan dijadikan oleh – oleh khas Sungai Pakning. Keunggulan dari kelompok tani tunas makmur yaitu produknya sudah mendapatkan izin dari Dinas Kesehatan Bengkalis berupa (*P – IRT No. 2141408010016 – 22*).

Kelompok tani tunas makmur juga mendapatkan peringkat 1 dalam progam iklim (Proklam) yang diselenggarakan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten bengkalis. Kelompok tani tunas makmur mendapat peringkat pertama karena berbagai macam inovasi yang dilakukannya, yang tidak hanya fokus pada produksi pertanian, tetapi juga pengelolaan lingkungan tanah gambut. Dan banyak prestasi lainnya yang telah didapat oleh kelompok tani tunas makmur tersebut. Dalam mengolah buah nenas pasti adanya pesaing, karena Industri makanan merupakan industri yang cepat berkembang inovasinya dengan dipengaruhi teknologi dan pasar. Berikut ini merupakan daftar nama toko yang bekerjasama dengan Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur

Tabel 1.5 : Daftar Nama Toko yang bekerjasama dengan Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur

No	Nama Toko	Alamat
1.	Muslim Mart	Jl.Jend. Sudirman, Sungai Seilari, Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis
2.	Quinta	Kota Dumai
3.	Pasar Lepin	Kota Dumai
4.	Swalayan Pepsi Jaya	Jl. Pasar Lama Sungai Seilari Kecamatan Bukit Batu, Kabupaten Bengkalis

Sumber : Observasi Penulis,2020

Pada tabel 1.5 dapat disimpulkan bahwa ada beberapa toko yang ikut bekerjasama dengan Koperasi Kelompok Tanis Tunas Makmur. Beberapa toko

yang bekerjasama dengan koperasi kelompok tani tunas makmur desa kampung jawa telah setuju untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh kelompok tani tunas makmur, adapun omset penjualan koperasi kelompok tani tunas makmur desa kampung jawa kabupaten bengkalis sebagai berikut :

Tabel I.6 : Omset Penjualan Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis

No	Produk	Harga/pcs	2018	2019	2020
1	Manisan Nanas	15.000/pcs	Rp. 43.200.000	Rp. 43.200.000	Rp. 36.000.000
2	Wajik Nanas	15.000/pcs	RP. 42.000.000	Rp. 45.120.000	Rp. 28.800.000
3	Keripik Tepung nanas	15.000/pcs	Rp. 44.880.000	Rp. 43.200.000	Rp. 42.000.000
4	Kerupuk Nanas	15.000/pcs	Rp. 43.200.000	Rp. 48.000.000	Rp. 43.200.000
Jumlah			Rp. 173.280.000	Rp. 179.520.000	Rp. 150.000.000

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan dari tabel I.6 dapat disimpulkan bahwa omset penjualan koperasi kelompok tani tunas makmur mengalami kenaikan pada tahun 2018 ke tahun 2019 sebesar Rp. 6.240.000 , dan mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar Rp. 29.520.000, dikarenakan dampak dari virus corona 19 sehingga masyarakat sulit untuk bekerja dan memproduksi produknya.

Pada saat ini kabupaten bengkalis terkenal dengan olahan makanan tradisional yaitu Lempuk Durian, Bolu Komojo, dan Sagu. Dari ketiga produk yang sudah di olah menjadi berbagai macam produk olahan yang memiliki citra rasa , dan kemasan yang unik . Produk olahan (makanan) yang paling diminati oleh masyarakat bengkalis maupun diluar kabupaten bengkalis yaitu lempuk durian dikarenakan cita rasa dan aromanya yang khas, dan teksturnya yang lembut. Hal ini karena belum ada informasi yang menyatakan bahwa selain dikabupaten Bengkalis ada Kabupaten lain yang memproduksi lempuk durian dengan citra rasa dan aroma yang khas. Selain itu lempuk durian merupakan

makanan khas di Kabupaten Bengkalis yang terbukti dari kalimat “ Makanan Khas Kabupaten Bengkalis” yang tertera pada kemasan produk lempuk durian yang ditemui. Oleh sebab itu Kelompok tani tunas makmur juga akan menjadikan produk olahan nanasnya ini sebagai produk makanan khas di kecamatan Bukit batu Kabupaten Bengkalis, dan dapat bersaing dengan produk olahan (makanan) sejenisnya.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan terdapat fenomena sebagai berikut:

1. Berdasarkan observasi penulis dengan memanfaatkan potensi buah lokal daerah itu sangat bagus untuk meningkatkan perekonomian masyarakat daerah, koperasi kelompok tani tunas makmur memanfaatkan potensi buah lokalnya yaitu buah nanas.
2. Berdasarkan observasi penulis Kelompok tani tunas makmur berusaha untuk mengolah olahan nanas menjadi berbagai macam produk makanan yang bernilai tinggi agar dapat dikenal oleh masyarakat daerah Riau maupun diluar daerah.
3. Berdasarkan observasi penulis Kelompok tani tunas makmur tidak hanya melakukan inovasi olahan nanas saja tetapi melakukan inovasi pada kemasan produk olahan nanasnya, awalnya kemasan produk keripik nanas, dan keripik tepung nanas hanya memakai plastik kaca yang di rekat menggunakan portable sealer (alat perekat plastik), setelah mendapatkan binaan dari pertamina kelompok tani tunas makmur berupaya untuk melakukan inovasi terhadap kemasan produknya, sehingga kemasan produk yang dihasilkan oleh kelompok tani tunas

makmur lebih bagus dan lebih aman untuk di kirim keluar daerah. Kelompok tani tunas makmur juga melakukan inovasi disalah satu produknya yaitu besek , dengan memberikan warna pada besek tersebut sehingga menambahkan estetika pada produknya.

4. Berdasarkan obsevasi penulis adapun Inovasi yang belum dilakukan oleh kelompok tani tunas makmur yaitu membuat kue basah (kue bolu, kue lapis nanas dan brownis nanas) ataupun kue kering dari olahan nanas dikarenakan kue dari olahan nanas untuk jangka waktu penyimpanan nya lebih singkat, dan ada beberapa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur yang hanya dibuat dengan sistem PO (Pre Order) seperti sirup nanas, wajik nanas dan manisan nanas, dikarenakan olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak menggunakan bahan pengawet sehingga masa penyimpanan nya lebih singkat. Jika kelompok tani tunas makmur dapat mengoptimalkan inovasi yang belum dilakukannya, maka produk olahan kelompok tani ini dapat bersaing di pasaran.
5. Berdasarkan observasi penulis Kelompok tani tunas makmur melakukan inovasi olahan nanas, yang berpotensi untuk mendukung pelestarian makanan (jajanan khas Riau) dan juga bisa menjadi produk unggul dalam bersaing.
6. Berdasarkan observasi penulis kabupaten bengkalis terkenal dengan olahan makanan tradisional yaitu Lempuk Durian, Bolu Komojo, dan Sagu, Tetapi kelompok tani tunas makmur mampu menciptakan produk

olahan nanas yang berinovasi agar dapat bersaing dengan produk olahan makanan yang lainnya.

7. Berdasarkan observasi penulis sumber daya bahan baku nanas tidak dapat digantikan oleh sumber daya bahan baku lainnya melainkan bahan baku tersebut di inovasikan dengan bahan baku lainnya.
8. Berdasarkan observasi penulis buah nanas dapat dipanen setiap triwulannya dan jika buah nanas berlimpah maka kelompok tani tunas makmur harus berupaya untuk mengolah buah nanas tersebut agar tidak terjadi pembusukan.
9. Berdasarkan observasi penulis skill (cara) kelompok tani tunas makmur desa kampung jawa memiliki perbedaan dengan cara anggota pengelola nanas lainnya dalam mengola produk.

Berkaitan dengan hal diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang dituangkan dalam bentuk skripsi dengan judul penelitian : **“Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Usaha Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat di rumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana hasil dari produk Inovasi Olahan Nanas yang di produksi oleh Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis ?

2. Bagaimana cara koperasi kelompok tani tunas makmur agar produk yang dihasilkannya dapat mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan ?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk olahan nanas terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan (Studi pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis) ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan macam – macam produk olahan nanas yang dihasilkan oleh kelompok tani tunas makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis
2. Untuk menganalisis cara koperasi kelompok tani tunas makmur agar produk yang dihasilkannya mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh dari Inovasi Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)

2. Kegunaan Penelitian

1. Guna Teoritis

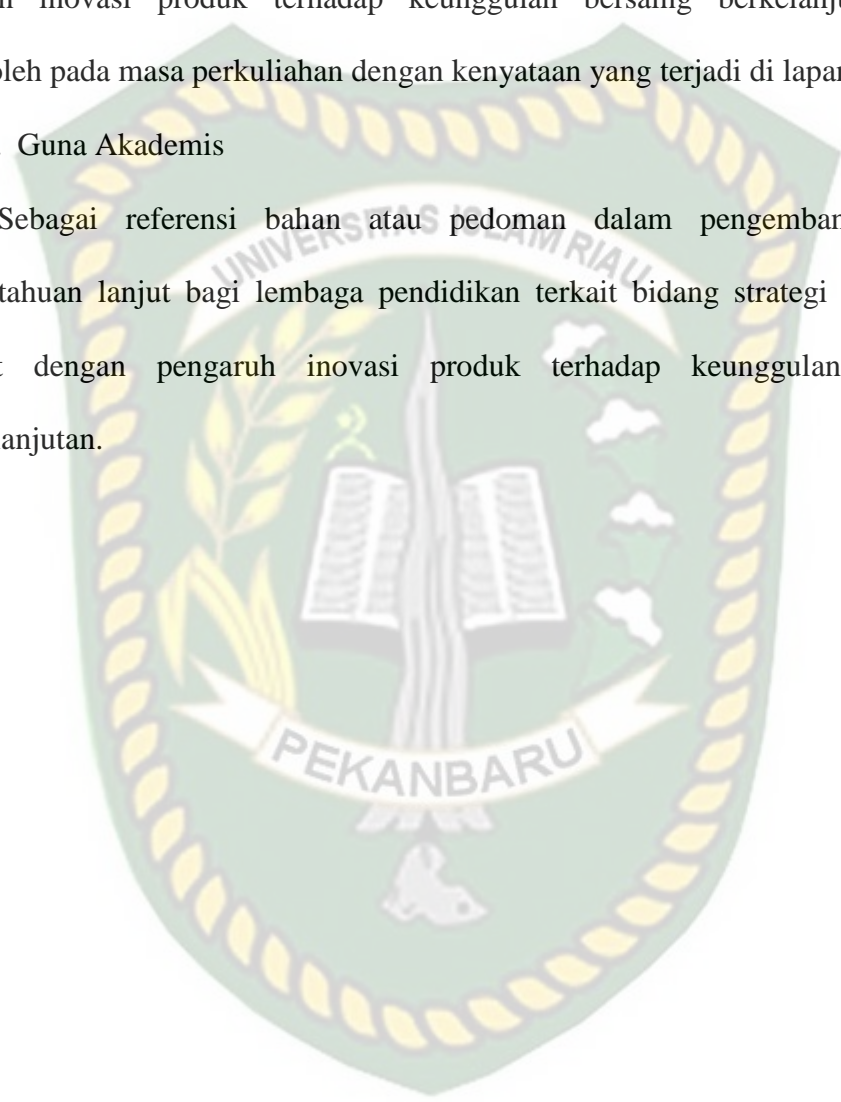
Sebagai bahan kajian ilmiah dan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan Administrasi Bisnis yaitu tentang Pengaruh Inovasi Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)

2. Guna Praktis

Sebagai sarana penerapan ilmu dalam bidang strategi pemasaran terkait dengan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan yang diperoleh pada masa perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

3. Guna Akademis

Sebagai referensi bahan atau pedoman dalam pengembangan ilmu pengetahuan lanjut bagi lembaga pendidikan terkait bidang strategi pemasaran terkait dengan pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan.



BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Studi Kepustakaan

1. Administrasi

Ilmu administrasi merupakan hasil pemikiran manusia yang disusun berdasarkan rasionalitas dan sistematika yang mengungkapkan kejelasan tentang objek formal, yaitu pemikiran untuk menciptakan suatu keteraturan dari berbagai aksi dan reaksi yang dilakukan oleh manusia dan objek material, yaitu manusia yang melakukan aktivitas administrasi dalam bentuk kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu esensi mendasar objek formal dan material administrasi adalah terciptanya hubungan antara pengatur dengan yang diatur dalam konteks kerjasama manusia (Prof. Dr. H. Makmur 2006).

Menurut (Prof. Dr. Sondang P. Siagian 2003) Administrasi adalah segala sesuatu kegiatan atau rangkaian kegiatan sebagai proses pengendalian usaha kerja sama antar kelompok untuk mencapai sebuah tujuan bersama yang telah ditetapkan. Sama seperti gagasan (Zulkifli 2005) Administrasi merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh 2 orang atau lebih yang didasarkan rasionalitas berupa surat - menyurat, catat- mencatat ketik - mengetik dan segala rangkaian kegiatan ketatausahaan atau kesekretariatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Terdapat alternatif prinsip-prinsip umum administrasi yang dijumpai dalam referensi ilmu administrasi (Fayol 1985; Zulkifli 2005) mengemukakan terdapat 14 prinsip umum administrasi yaitu :

- a. pembagian tugas (Division of work)
- b. Keseimbangan antara otoritas dan tanggung jawab (Authority and Responsibility)
- c. Disiplin(Dicipline)
- d. Kesatuan komando (Unity of Command)
- e. Kesatuan arah(Unity of Direction)
- f. Mengutamakan kepentingan organisasi di atas kepentingan individu (subordination of Individual Interests to the General Interest)
- g. Kompensasi yang adil(Remuneration)
- h. Sentralisasi (Sentralisasi)
- i. Rantai skalar (scalar chain)
- j. Tata tertib (Order)
- k. Keadilan
- l. Stabilitas mandat staff
- m. inisiatif (inisiatif)
- n. Semangat kesatuan(esprits de corps)

Jadi dari semua defenisi administrasi diatas dapat kita pahami bahwasanya administrasi adalah segala suatu rangkaian kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan dengan memanfaatkan suatu organisasi sebagai tempat atau wadah untuk berdiskusi, administrasi dan organisasi merupakan satu kesatuan yang tidak pernah bisa dipisahkan.

2. Administrasi Bisnis

Administrasi bisnis menurut (Jackson 2006) ialah jumlah keseluruhan aktivitas yang terorganisir dalam bidang perniagaan dan industri. Penyediaan barang dan jasa agar terpenuhi kebutuhan masyarakat serta dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat.

Dalam dunia perekonomian, bisnis memiliki karakteristik yakni sebagai berikut :

1. Berhubungan dengan berbagai barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan manusia.
2. Menentukan harga yang sesuai
3. Akan ada kemungkinan mengalami kerugian

Dalam organisasi bisnis, administrasi adalah fungsi industri yang berhubungan dengan aktifitas organisasi seperti penetapan kebijakan perusahaan, koordinasi produksi, keuangan dan distribusi, penentuan arah organisasi dan kontrol tertinggi eksekutif bagi perusahaan untuk bergerak maju.

Ilmu yang sekarang terkenal dengan sebutan administrasi bisnis, merupakan ilmu yang serumpun dengan ilmu-ilmu sosial yang mempelajari proses kerjasama antara dua atau lebih dalam upaya mencapai suatu tujuan, dan ilmu ini merupakan ilmu yang berfokus pada perilaku manusia

Jadi, administrasi bisnis adalah proses kerjasama antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan bersama didalam dunia industri atau dunia perniagaan, dan proses kerjasama tersebut telah tersusun secara sistematis.

3. Organisasi

Pengertian Organisasi sangat banyak sekali ragamnya tergantung pada sudut pandang dan pemikiran yang di pakai untuk sebuah organisasi yang di jalankan. Organisasi dapat diartikan sebagai wadah, tempat, proses, perilaku, dan sebagai alat untuk mencapai sebuah tujuan. Namun definisi organisasi yang dikemukakan oleh para ahli yaitu organisasi mencakup unsur sistem kolaboratif atupun orang-orang yang bekerja sama, dengan maksud untuk mencapai tujuan bersama .

Seperti yang kita ketahui bersama, orang yang memenuhi kebutuhannya tidak bisa berdiri sendiri. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, masyarakat dalam hal ini harus mengorganisir diri sebagai alat organisasi yang dibutuhkan dalam masyarakat, karena tujuan tertentu hanya dapat dicapai melalui tindakan yang harus dilakukan secara kolaborasi (bersamaaan).

Pengertian organisasi menurut secara status adalah wadah berhimpun sejumlah manusia karena memiliki kepentingan yang sama. Sedangkan pengertian organisasi secara dinamis adalah proses kerja sama sejumlah manusia (dua orang atau lebih) untuk mencapai tujuan bersama (Nawawi 2005).

Menurut Siagian (Prof. Dr. Sondang P. Siagian 2006) organisasi yaitu suatu persekutuan antara dua orang atau lebih yang saling bekerja sama untu mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan antara atasan dan bawahan.

Menurut (Zulkifli 2005) pada hakikatnya, organisasi dan manajemen tidak dapat dipisahkan. Organisasi merupakan alat manajemen untuk mencapai tujuannya, Organisasi adalah bentuk perserikatan untuk tujuan bersama. Dalam organisasi terdapat tiga faktor unsur penting, yaitu:

- a. Adanya sekelompok orang
- b. Adanya hubungan dan pembagian kerja diantara mereka
- c. Adanya tujuan yang ingin dicapai

Dari beberapa teori mengenai organisasi yang dikemukakan oleh para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu alat, tempat atau wadah bagi setiap orang yang akan melakukan kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.

4. Manajemen

Suatu kegiatan ataupun acara dalam sebuah organisasi tentu saja memerlukan pengendalian, penyatuan serta penataan kegiatan – kegiatan, maka dari itu organisasi membutuhkan manajemen, karena tanpa adanya manajemen organisasi tidak akan bisa berjalan dengan efisien dan pencapaian tujuan organisasi akan lebih sulit.

Menurut Sikula dalam (Hasibuan 2014) manajemen yaitu segala kegiatan aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambil keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan mengkoordinasi berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, dan menghasilkan suatu produk ataupun jasa secara efisien.

George R Tery dalam (Hasibuan 2014) mengatakan manajemen adalah suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Defenisi Manajemen yaitu sebuah pencapaian tujuan yang telah ditentukan melalui pelaksanaan fungsi - fungsi tertentu, salah satu klasifikasi paling awal dari fungsi-fungsi manajerial dibuat oleh Henry Fayol, yang menyatakan bahwa perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, pemberian perintah, dan pengawasan adalah fungsi-fungsi utama.

Berdasarkan beberapa definisi tentang manajemen diatas, dapat kita ketahui dan pahami bahwasanya manajemen adalah inti dari administrasi yang berfungsi sebagai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap suatu organisasi.

5. Manajemen pemasaran

Agar perusahaan dapat berlangsung dengan baik dan mencapai tujuannya dengan mudah, maka perusahaan harus memantapkan strategi pemasaran dengan baik. Kesuksesan Finansial perusahaan sering bergantung kepada pemasaran, finansial, operasi akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti, jika tidak ada permintaan produk ataupun jasa yang cukup. Pemasaran sangat penting untuk membangun merek dan loyalitas pelanggan.

Philip Kotler dan amstrong menjelaskan Manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, menrencanakan mengimplementasikan, dan mengawasi segala kegiatan untuk memperoleh keuntungan dengan sasaran yang tepat dalam rangka pencapaian tujuan organisasi (Buchari 2018).

Menurut Fayol dalam (Zulkifli 2005) fungsi manajemen mencakup beberapa hal yaitu:

- a. *Planing* (Perencanaan)

- b. *Organizing* (Pengorganisasian)
- c. *Commanding* (Pemberian Komando)
- d. *Coordinating* (Pengkoordinasian)
- e. *Controlling* (Pengendalian)

Dari beberapa teori mengenai manajemen pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari semua kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Efektivitas yaitu suatu pencapaian tujuan yang maksimal dengan memilih alternatif yang ada. Sedangkan efisiensi yaitu penggunaan sumber daya yang maksimum dan meminimalkan pengeluaran biaya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

6. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan suatu alat atau benda yang digunakan oleh produsen untuk memasarkan produknya dan membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada konsumen. (Buchari 2017) menyatakan bahwa Konsep bauran pemasaran yaitu 4P (product, price, promotion, dan place).

Adapun menurut Etzel, Walker dan Stanton dalam (Suparyanto & Rosad 2015) defenisi bauran pemasaran yaitu segala suatu gabungan dari penjualan pribadi, periklanan, promosi, humas, dan pubisitas, yang diharapkan membantu organisasi untuk mencapai tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan tersebut.

(P. Kotler 2007) mendefenisikan bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan dipasar sasaran.

Adapun elemen-elemen bauran pemasaran tersebut yaitu :

- a. Produk (*product*)
- b. Harga (*Price*)
- c. Promosi (*Promotion*)
- d. Tempat (*Place*)

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bauran pemasaran merupakan teknik yang dipakai untuk mengontrol usaha agar memuaskan konsumen salah satunya dengan bauran pemasaran 4p yaitu produk, harga, tempat dan yang terakhir adalah promosi.

7. Produk

Produk sangat penting artinya bagi pelaku usaha untuk dapat mengetahui sejauh mana produk tersebut diterima oleh masyarakat. Produk merupakan suatu barang yang dibutuhkan oleh konsumen dan menjadi sebuah keinginan konsumen untuk membeli lagi apabila produk tersebut bisa memuaskan konsumennya baik itu dari segi rasa, kualitas, dan sebagainya.

Menurut Kotler dalam (Buchari 2018) produk adalah segala sesuatu yang bisa atau dapat ditawarkan dipasar, untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan bahkan ide.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa

ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar (Tjiptono 2008).

Menurut (Tjiptono 2008) defenisi produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi oleh pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Berdasarkan beberapa defenisi mengenai produk diatas dapat kita simpulkan bahwa produk adalah suatu alat atau benda yang yang memiliki fungsi dan daya tarik terhadap konsumen sehingga konsumen ingin membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.

8. Inovasi Produk

Kemampuan mengukur manajemen didalam bidang bisnis merupakan hal yang paling utama bagi seorang pelaku usaha, agar dapat mengembangkan usahanya serta meningkatkan profit (keuntungan). Dalam hal ini, perlu diperhatikan lingkungan dalam persaingan bisnis, dan strategi bersaing didalam bisnis dengan lebih kreatif dan inovatif.

Inovasi juga merupakan salah satu sumber energi dalam keunggulan bersaing berdasarkan pada kreativitas yang didapatkan melalui proses pengelolaan, sehingga inovasi dianggap fungsi penting dari bisnis setelah pemasaran.

Inovasi produk menurut (P. dan G. A. Kotler 2010) merupakan suatu gabungan dari berbagai macam proses yang berpengaruh antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah konsep dari suatu ide yang baru, penemuan yang

baru atau perkembangan dari pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses – proses tersebut.

Menurut Nelly dkk dalam (Suendro 2010) yang berpendapat bahwa “inovasi produk menunjukkan pada pengembangan produk dan pengenalan produk baru yang telah berhasil di bidang pemasaran, inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk”. Inovasi produk adalah suatu ide ataupun gagasan yang diimplementasikan untuk memulai atau memperbaiki suatu proses dan jasa.

Menurut Drucker dalam (Suendro 2010) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan suatu hal yang memiliki arti untuk menciptakan satu pemikiran ataupun imajinasi seseorang untuk mendapatkan pelanggan. Sedangkan menurut Dourgerty dalam (Suendro 2010) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan segala sesuatu yang penting bagi suatu perusahaan agar dapat mencapai sebuah tujuannya dengan cara beradaptasi dengan pasar, teknologi, serta persaingan antar sesama perusahaan. Definisi pengertian inovasi produk merupakan sesuatu yang memiliki imajinasi atau pemikiran yang baru untuk digunakan dalam operasi perusahaan agar terciptanya sebuah produk yang baru untuk dipasarkan.

Berdasarkan beberapa defenisi mengenai Inovasi produk diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa inovasi produk adalah suatu pemikiran atau ide seseorang untuk mengembangkan, memperbaharui suatu produk yang akan diproduksi maupun yang sudah diproduksi. Dengan tujuan untuk memenuhi

permintaan konsumen yang mana setiap tahunnya memiliki perubahan, baik itu pada kualitas, warna, kemasan dan harga produk.

9. Konsep Inovasi Produk

Menurut Wahyono dalam (Dewi 2016) ada dua konsep pada inovasi produk yaitu:

1. **Keinovatifan** : adalah suatu pemikiran untuk membuat gagasan yang baru sebagai sebuah kultur suatu perusahaan.
2. **Kapasitas untuk berinovasi** : merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk menggunakan, menerapkan, atau memakai gagasan yang baru agar terciptanya produk yang baru.

10. Proses inovasi

(Buchari 2018) menyimpulkan bahwa, faktor seseorang untuk melakukan inovasi yaitu dirinya sendiri. Adapun beberapa faktornya yaitu: memiliki rasa penasaran yang tinggi, memiliki rasa bersaing dan ingin menjadi unggul, siap untuk menghadapi permasalahan dan resiko, adanya faktor pengalaman baik dalam teori maupun praktek. Sedangkan faktor-faktor environment yang mendorong seseorang untuk melakukan inovasi adalah adanya peluang dalam bisnis, memiliki pengalaman, ide, inovasi dan kreativitas. Proses inovasi adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna atau manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memerhatikan “*market oriented*” atau apa yang sedang laku dipasaran.

11. Kategori Inovasi Produk

Menurut (Farel, 2000) ada 3 kategori yang membedakan inovasi produk yaitu:

1. ***Product line extensions*** : merupakan produk baru yang akan di pasarkan yang relatif baru bagi pasar tetapi tidak baru bagi perusahaan.
2. ***Mee to product*** : yaitu produk yang relatif baru bagi perusahaan namun relatif sudah di kenal di pasar
3. ***New to the world product*** : adalah produk baru bagi perusahaan maupun bagi pasar.

12. Penggolongan Inovasi Produk

Menurut (P. dan G. A. Kotler 2010) Ada 6 golongan inovasi produk antara lain:

1. **Produk baru bagi dunia** : Yaitu produk baru yang menciptakan pasar yang sama sekali baru.
2. **Lini produk baru** : Yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya.
3. **Tambahan pada lini produk yang telah ada** : Yaitu produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk perusahaan yang telah mantap.
4. **Perbaikan dan revisi produk yang telah ada** : Yaitu produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada.
5. **Penentuan kembali (*Repositioning*)** : Yaitu produk yang telah ada diarahkan ke pasar atau segmen pasar yang baru.

6. Pengurangan biaya : Yaitu produk baru yang menyediakan kinerja serupa dengan harga yang lebih murah.

Menurut (P. dan G. A. Kotler 2010) menyatakan ada 3 konsep unggul dalam inovasi produk yaitu :

1. Fitur Produk

kumpulan dari semua produk atau barang yang di tawarkan oleh produsen kepada konsumen. Produk yang ditawarkan memiliki ciri khas ataupun pembeda dari produk yang lainnya.

2. Desain atau rancangan produk

Suatu ide atau pemikiran seseorang untuk menciptakan suatu produk baru yang memiliki nilai tinggi untuk menaikkan estetika produk yang akan diproduksi oleh perusahaan. Desain dan rancangan produk berperan penting dalam meningkatkan penjualan dan pemasaran suatu produk.

3. Kualitas produk

Suatu kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya seperti citra rasa, daya tahan, kemasan, serta atribut yang memiliki nilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan harus melakukan inovasi ataupun pembaharuan pada setiap produk untuk memenangkan persaingan.

13. Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Sustainable Comparative Advantage)

Setiap perusahaan ataupun pelaku usaha yang bersaing dalam bidang industri, baik itu industri makanan, pakaian, minuman dan perabotan, pelaku

usaha harus memiliki strategi bersaing yang baik agar dapat menjadi yang paling unggul dari pada yang lainnya.

Pada dasarnya strategi bersaing merupakan suatu campuran atau kombinasi antara tujuan yang akan diperjuangkan oleh perusahaan dengan menggunakan alat (kebijakan) agar perusahaan sampai ketujuan

Menuru David Fried R, dan David Foster R dalam (Hasnatika dan Nurnida 2019) keunggulan bersaing berkelanjutan dapat diperoleh dengan cara :

1. Secara berkelanjutan beradaptasi dengan segala perubahan dan tren eksternal, kejadian dan kompetensi internal, sumber daya.
2. Memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi strategi utama faktor internal dan eksternal.

Menurut (Barney 1991; Purnomo 2011) mengembangkan konsep *resource-based view* yang memiliki peran penting bagi manajemen strategik. Secara garis besar, *resource-based view* menyatakan bahwa sumber keunggulan bersaing berkelanjutan perusahaan adalah sumberdaya yang bernilai, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak ada substitusinya. Sumber daya yang dimaksud meliputi semua aset, kapabilitas, proses organisasional, karakteristik perusahaan, informasi, pengetahuan dan sebagainya yang mana sumber daya ini berada dalam kendali perusahaan untuk implementasi strategi agar tercapai keefektifan dan efisiensi.

Secara garis besar, berbagai sumber daya tersebut dikelompokan menjadi tiga kategori yaitu sumber daya modal fisik, sumber daya modal manusia, dan sumber daya modal organisasional. Beberapa sumber daya mungkin memiliki

pengaruh terhadap proses implementasi strategi yang bernilai, namun beberapa sumber daya juga mungkin tidak memberikan pengaruh yang positif terhadap implementasi strategi.

Maka indikator keunggulan bersaing berkelanjutan yang digunakan menurut (Barney 1991; Purnomo 2011) adalah

1. Bernilai (Valuable)

Sumber daya dan kemampuan berharga yang memungkinkan perusahaan untuk mengeksploitasi peluang atau menetralkan ancaman dari lingkungan eksternalnya.

2. Unik / langka : (Rareness)

Sumber daya dan kemampuan yang sedikit digunakan atau yang sulit ditemukan

3. Tidak mudah ditiru (Imitability)

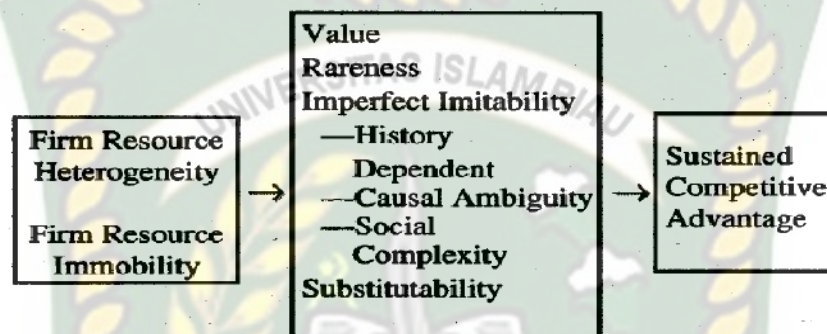
Sumber daya dan kemampuan yang perusahaan lain tidak dapat dengan mudah untuk mengembangkan

4. Tidak tergantikan (Non – Substitusi)

Sumber daya dan kemampuan yang tidak dapat tergantikan adalah sumber daya yang berbentuk strategi perusahaan berbeda dengan strategi perusahaan pesaing dalam menciptakan keunggulan bersaing. Semakin tidak berwujudnya sumber daya yang dimiliki, maka semakin sulit bagi pesaing untuk meniru strategi penciptaan nilai bagi perusahaan.

Keunggulan bersaing berkelanjutan diartikan sebagai strategi yang menguntungkan bagi suatu usaha yang berkerjasama untuk saling menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya.

Gambar 2.1 : Keterkaitan Sumberdaya Dengan Keunggulan Bersaing



Sumber: Barney, 1991 (p. 112)

Berdasarkan definisi dan indikator mengenai keunggulan bersaing berkelanjutan dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan merupakan salah satu strategi perusahaan untuk melakukan kerjasama dengan lebih berkompetisi dan efektif terhadap pasar. Strategi harus selalu di perbaharui ataupun didesain dengan baik untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus, sehingga perusahaan dapat menjadi unggul dari yang lainnya. Pelaku usaha seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah , Koperasi dan Perusahaan yang melakukan inovasi berkelanjutan dipandang sebagai sumber keunggulan bersaing berkelanjutan .

14. Koperasi

Banyak definisi dan pengertian tentang koperasi. Koperasi berasal dari bahasa latin yaitu coopere atau corporation dalam bahasa inggris. Pengertian koperasi secara etimologi berasal dari kata cooperation, co yang artinya bersamaa

dan operation artinya bekerja atau berusaha. Jadi cooperation adalah bekerja yang dilakukan bersama – sama ataupun usaha bersama untuk mencapai tujuan atau kepentingan bersama.

Menurut Undang-Undang (Indonesia 1992) nomor 25 Pasal 1 ayat (1) tentang Perkoperasian adalah Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsipkoperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan atasasas kekeluargaan. Sedangkan pengertian koperasi menurut (Rudianto, 2006) adalah badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat daerah pada umumnya dengan demikian koperasi merupakan ekonomi rakyat dan sokoguru perekonomian nasional.

15. Hubungan Inovasi Produk dengan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Sustainable Comparative Advantage)

Keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan.

Menurut para ahli, berpendapat bahwa kemampuan dalam menciptakan inovasi produk merupakan sumber daya saing yang penting dan strategis dalam membangun keunggulan bersaing. Jadi, hubungan positif yang signifikan antara inovasi produk dengan keunggulan bersaing.

Menurut Wahyono dalam (Dewi 2016) menjelaskan bahwa inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif. Secara konvensional, istilah inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Namun seiring dengan perkembangan yang terjadi, pengertian inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungannya yang dinamis.

Perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah memaksa perusahaan untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk-produk inovatif. Dengan demikian inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.I : Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
1.	Akhmad Supriyanto ; Hipni Rahman Sukrina;M .Zainal Abidin,2017	Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Umkm Kopiah Haji Di Kabupaten Hulu Sungai Tengah)	Orientasi Pasar (variabel independen) , Inovasi produk (variabel dependen), keunggulan bersaing (variabel intervening)	Hal ini bermakna bahwa orientasi pasar secara langsung berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, sehingga para pengusaha kopiah haji perlu memperhatikan orientasi pasar dalam menciptakan keunggulan bersaing antar UMKM kopiah haji di Kabupaten Hulu Sungai Tengah dikarenakan adanya pengaruh tersebut.	1. Metode yang digunakan eksplanasi sementara peneliti menggunakan metode kuantitatif 2. Indikator yang digunakan berbeda dengan yang digunakan penulis 3. Objek penelitian berbeda, penulis memilih produk olahan nenas.
2.	Eli Umitasari, Rois Arifin, Dan Afi Rachmat Slamet	Analisis Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada Minuman Coklat Di Kota Malang)	Inovasi Produk (variabel independen) , Kinerja Pemasaran (variabel dependen), keunggulan bersaing berkelanjutan (variabel intervening)	Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa faktor inovasi produk mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan dan kinerja pemasaran.	1. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel sedangkan peneliti hanya dua variabel. 2. Metode penelitian berbeda dengan penulis, Metode digunakan dalam penelitian ini ada metode kualitatif dengan teknik pengolahan data menggunakan Structural Equation Model (SEM).

No	Nama / Tahun	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
3.	Imas Fatimah Hasnatika dan Ida Nurnida	Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Ukm “Duren Kamu Pasti Kembali” Di Kota Serang	Inovasi produk (variabel independen) keunggulan bersaing (variabel dependen)	Pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM “Duren KPK” di Kota Serang. Berdasarkan uji hipotesis, hasil uji t variabel inovasi produk (x) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keunggulan bersaing (y)	1. Indikator yang digunakan berbeda dengan yang digunakan penulis 2. Objek penelitian berbeda dengan penulis, objek penelitian penulis yaitu produk olahan nanas
4.	Ginanjari Suendro	Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil Dan Menengah Batik Plg)	Inovasi Produk (variabel independen), Kinerja Pemasaran (variabel dependen), keunggulan bersaing berkelanjutan (variabel intervening)	Penelitian ini berhasil memperoleh bukti empiris bahwa variabel orientasi pelanggan terhadap inovasi produk adalah positif dan signifikan, variabel koordinasi lintas fungsi terhadap inovasi produk adalah positif dan signifikan, variabel inovasi terhadap kinerja pemasaran adalah positif dan signifikan dan juga variabel kinerja pemasaran terhadap keunggulan bersaing	1. Indikator yang digunakan berbeda dengan yang digunakan penulis 2. Objek penelitian berbeda, penulis memilih produk olahan nanas. 3. Metode penelitian berbeda dengan penulis, Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada metode kualitatif dengan teknik pengolahan data menggunakan Structural Equation Model (SEM). Sedangkan penulis memakai metode kuantitatif dengan teknik olahan data menggunakan regresi linear sederhana

No	Nama / Tahun	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
4.				berkelanjutan adalah positif dan signifikan.	
5.	Aang Curatman Rahmadi Soesanty Maulany Mastur Mujib Ikhsani	Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon	Inovasi Produk (variabel independe keunggulan bersaing (variabel dependen)	Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.1%. hal ini berarti bahwa apabila perusahaan ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka perusahaan dapat menciptakannya melalui kegiatan-kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya.	1. Metode penelitian berbeda dengan penulis, Metode yang digunakan dalam penelitian ini ada metode kualitatif dengan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>Structural Equation Model (SEM)</i> yang dioperasikan melalui program AMOS 4.01. Sedangkan penulis memakai metode kuantitatif dengan teknik olahan data menggunakan regresi linear sederhana.
6.	Imas Rokhayati dan Sri Suryoko	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Inovasi Produk (Studi Pada Ikm Gula Semut Desa Durensari)	Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar (variabel independen), Inovasi Produk (variabel dependen), Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (variabel intervening)	Terdapat pengaruh tidak langsung antara orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan melalui inovasi produk. Demikian pula terdapat pengaruh tidak langsung antara orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan	1. Jumlah variabel berbeda dengan penulis 2. Objek penelitiannya berbeda dengan penulis, objek penelitiannya di Ikm gula semut Desa Durensari sedangkan penulis objeknya olahan nanas didesa kampung Jawa Kabupaten Bengkalis

No	Nama / Tahun	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
7.	Beni Setiawan	Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan mekar jaya bandung	Orientasi pasar Variabel independent ,Inovasi produk Variabel Dependent, dan keunggulan bersaing (Variabel Intervening)	Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada perusahaan industri makanan ringan Mekar Jaya Bandung dengan persentase sebesar 75,9%, Sisanya sebesar 24.1% variabel keunggulan bersaing dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti orientasi pembelajaran, kewirausahaan, kualitas produk, dll.	1.Indikator yang digunakan berbeda dengan indikator yang digunakan oleh penulis 2.Objek penelitian berbeda dengan penulis.
8.	Sensi Tribuana Dewi	Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Batik Di Kota Dan Kabupaten Pekalongan)	Orientasi pasar dan inovasi produk (Variabel independent), keunggulan bersaing (Variabel Dependent), dan kinerja pemasaran (Variabel Interveng)	Adanya pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, dan adanya pengaruh positif dan signifikan antara karakteristik pelanggan terhadap orientasi pelayanan	1. Pada penelitian ini menggunakan empat variabel sedangkan peneliti hanya dua variabel. 2. Metode penelitian dan teknik pengolahan data berbeda dengan penulis, teknik pengolahan data menggunakan Structural Equation Model (SEM).
9.	Ahmad Rizky Sridadi	Kajian atas konsep "Sustainable Competitive Advantage"	Sustainable Competitive Advantage (Variabel Independent)		1.Metode penelitiann bersifat kualitatif, sementara penulis menggunakan

No	Nama / Tahun	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
9.		dari Nicole P. Hoffman dan pengembangannya		Upaya perusahaan untuk bertahan dan berkembang sehingga menghasilkan keunggulan bersaing berkelanjutan, perusahaan masih membutuhkan pengelolaan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh karyawan nya.	metode yang bersifat kuantitatif 2. Indikator yang digunakan berbeda dengan yang digunakan penulis 3. pada penelitian ini jumlah variable 1 dan penulis 2.
10.	Khamimah	Membangun keunggulan bersaing berkelanjutan melalui kapabilitas modal sosial dan kinerja pemasaran pada pengrajin wingko babat di kota semarang	Variabel independen keunggulan bersaing berkelanjutan Variabel dependent (kapabilitas modal sosial dan kinerja pemasaran)	Berdasarkan hasil penelitian terhadap 116 responden pengrajin wingko babat maka diperoleh profil responden sebagai berikut: sebagian besar responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 522 atau 45% sebagian besar responden berpendidikan SLTA/Sederajat sebanyak 46 orang 40%	1. Objek penelitian berbeda dengan objek penelitian penulis 2. Teknik penelitian berbeda dengan penulis, Teknik digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis <i>Structural Equation Model (SEM)</i> yang dioperasikan melalui program AMOS 4.01. Sedangkan penulis teknik olahan data menggunakan regresi linear sederhana.

Sumber : modifikasi penulis, 2020

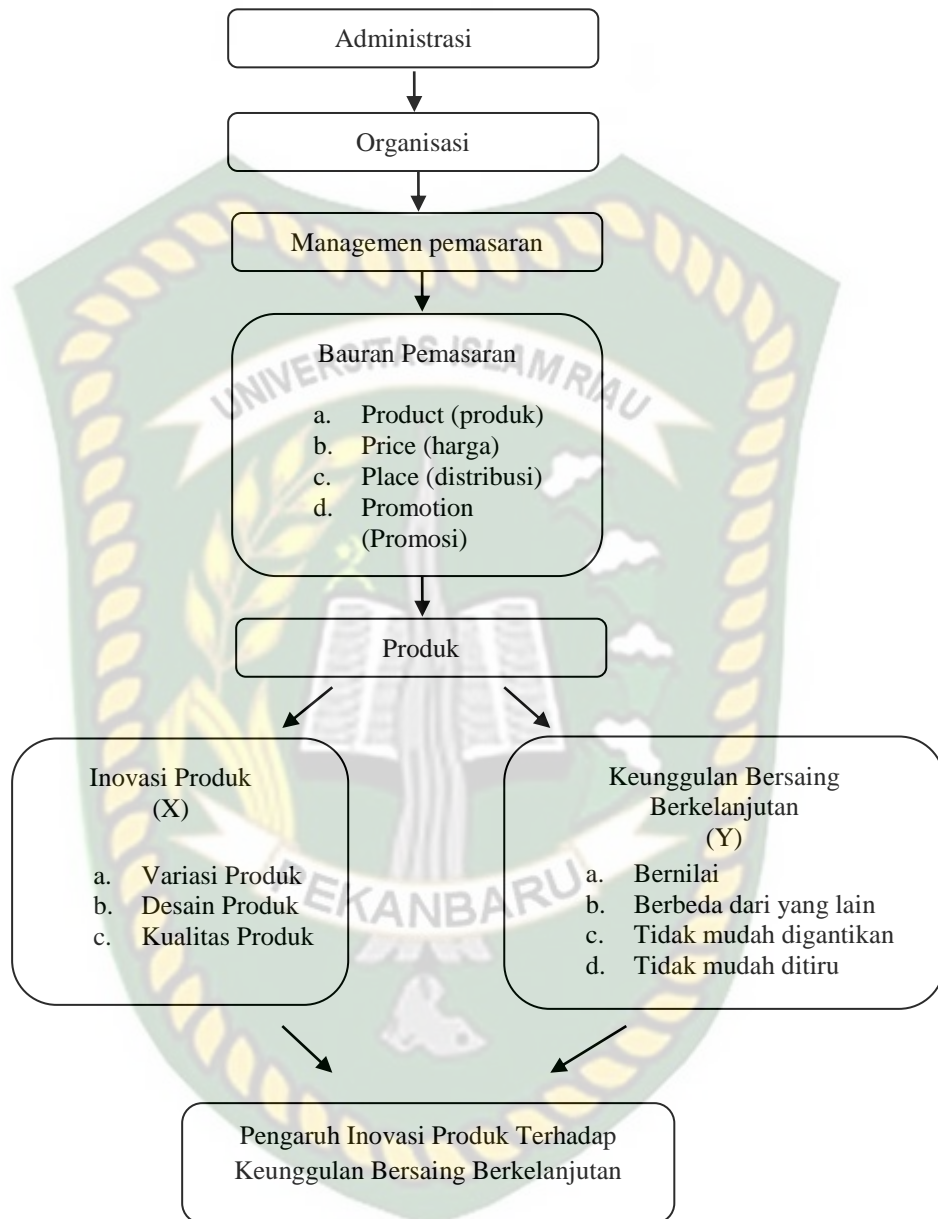
Berdasarkan hal diatas maka perbedaan penelitian “Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis” dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah :

1. Pada penelitian terdahulu banyak menggunakan penelitian dengan tiga variable sementara pada penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis menggunakan dua variable yaitu “Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan”.
2. kemudian penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif eksplanasi dengan teknik pengolahan data menggunakan Structural Equation Model (SEM) dalam penelitiannya, sementara penulis menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik olahan data menggunakan regresi linear sederhana.
3. Objek penelitian juga menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis.

C. Kerangka Pikir

Dalam penelitian Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis, kerangka pikir yang penulis sajikan akan membantu untuk memberi gambaran dan wilayah yang akan diteliti

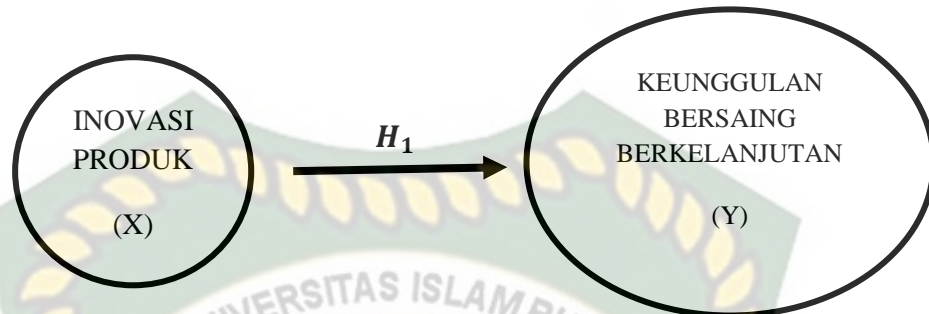
Gambar 2.1



Sumber : Modifikasi penulis, 2020

D. Model Konsep Penelitian

Gambar 2.2



Sumber : Modifikasi penulis, 2020

E. Hipotesis

Berdasarkan judul penelitian dan fenomena tersebut, maka peneliti mengemukakan hipotesis dalam penelitian, yaitu :

H_1 = inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan

F. Konsep Operasional

Untuk mempermudah dalam penelitian, maka penulis menggambarkan terlebih dahulu mengenai konsep operasional yang berhubungan dengan judul penelitian ini, dimana penulis perlu mengoperasionalkan konsep-konsep tersebut sebagai berikut :

1. Administrasi adalah segala suatu rangkaian kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan dengan memanfaatkan suatu organisasi sebagai tempat atau wadah untuk berdiskusi , administrasi dan organisasi merupakan satu kesatuan yang tidak pernah bisa dipisahkan.

2. Administrasi bisnis adalah proses kerjasama antara dua orang atau lebih yang memiliki tujuan bersama didalam dunia industri atau dunia perniagaan, dan proses kerjasama tersebut telah tersusun secara sistematis.
3. organisasi merupakan suatu alat, tempat atau wadah bagi setiap orang yang akan melakukan kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu.
4. Manajemen adalah inti dari administrasi yang berfungsi sebagai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap suatu organisasi.
5. Manajemen pemasaran merupakan suatu proses untuk meningkatkan efektivitas dan efesiensi dari semua kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.
6. Bauran pemasaran merupakan teknik yang dipakai untuk mengontrol usaha agar memuaskan konsumen salah satunya dengan bauran pemasaran 4p yaitu produk, harga, tempat dan yang terakhir adalah promosi.
7. Produk adalah suatu alat atau benda yang yang memiliki fungsi dan daya tarik terhadap konsumen sehingga konsumen ingin membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.
8. Inovasi produk adalah suatu pemikiran atau ide seseorang untuk mengembangkan, memperbaharui suatu produk yang akan diproduksi maupun yang sudah diproduksi.
9. Keunggulan bersaing merupakan salah satu strategi perusahaan untuk melakukan kerjasama dengan lebih berkompetisi dan efektif terhadap pasar.

10. Koperasi adalah badan usaha yang mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi para anggotanya atas dasar prinsip-prinsip koperasi dan kaidah usaha ekonomi untuk meningkatkan
11. Pengertian inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungannya yang dinamis. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah memaksa perusahaan untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk-produk inovatif. Dengan demikian inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan.
12. Koperasi kelompok tani tunas makmur merupakan koperasi yang memanfaatkan potensi buah lokal yaitu nanas untuk diolah menjadi berbagai macam produk olahan nanas.

G. Operasional Variabel

Operasional Variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, indikator, satuan ukuran, serta skala pengukuran yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian. Berikut ini Tabel Operasional Variabel Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis) :

Tabel II.2 : Operasional Variabel Penelitian Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis)

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Inovasi Produk suatu gabungan dari berbagai macam proses yang berpengaruh antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah konsep dari suatu ide yang baru, penemuan yang baru atau perkembangan dari pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses – proses tersebut. (P. dan G. A. Kotler 2010)	Inovasi produk (X)	A. Fitur Produk	1. Penyempurnaan karakteristik produk 2. Penambahan jenis atau varian produk 3. Penambahan kemampuan atau fungsi	Ordinal
		B. Desain Produk	1. Penampilan produk 2. Ukuran produk 3. Kemasan produk	Ordinal
		C. Kualitas Produk	1. Tingkat keawetan produk 2. Produk tidak mudah berjamur 3. Varian rasa produk 4. Masa kadaluarsa produk 5. Produk lebih gurih dan garing	Ordinal
Keunggulan bersaing berkelanjutan diartikan sebagai strategi yang	Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y)	A. Bernilai	1. Keunikan produk 2. Keistimewaan produk 3. Kekhasan produk	Ordinal

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
menguntungkan bagi suatu usaha yang berkerjasama untuk saling menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. (Barney 1991; Purnomo 2011)	Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y)	B. Unik/ Langka	1. Desain produk yang unik dan fungsional 2. Kemampuan sumber daya manusia dalam melakukan inovasi	Ordinal
		C. Tidak mudah digantikan	1. Sumber daya bahan baku yang tidak mudah digantikan 2. Sumber daya teknologi yang tidak mudah digantikan	Ordinal
		D. Tidak mudah ditiru	1. Keahlian Sumber daya manusia yang tidak mampu ditiru oleh pesaing 2. Metode (pembuatan) yang tidak dapat ditiru	Ordinal

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2020

H. Teknik Pengukuran Data

Secara umum teknik yang digunakan dalam pemberian skor adalah teknik *Skala Likert*. Penggunaan *Skala Likert* menurut (Sugiyono, 2013) yaitu “skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”. Sehingga dalam menganalisa Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis) maka penulis memakai *Skala Likert*.

Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013) Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert 1 – 5* dengan keterangan sebagai berikut :

- a. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju
- b. Skor 4 untuk jawaban setuju
- c. Skor 3 untuk jawaban kurang setuju
- d. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
- e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Selanjutnya menurut (Widoyoko, 2012) untuk menentukan jarak interval maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{jarak interval} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kelas interval}}$$

Dengan demikian nilai rata – rata terbesar adalah 5 (lima) dan yang terkecil adalah 1 (satu), sehingga interval rata – rata kategori sebagai berikut :

$$\text{jarak interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Hasil perhitungan dari rumus jarak interval diatas maka diperoleh interval indeks yang disajikan sebagai berikut:

Tabel II.3 : Tabel Interval Rata – rata Variabel Berdasarkan Kategori

Interval Rata – rata	Kategori
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)
3,41 – 4,20	Setuju (S)
2,61 – 3,40	Kurang Setuju (KS)
1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)

Sumber: Widoyoko (2012;110)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan penulis bersifat survey deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu gambaran yang sebenarnya terjadi mengenai bagaimana Inovasi Produk mempengaruhi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Pada Produk Olahan Nanas Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis dengan menghubungkan teori – teori yang ada serta mengumpulkan kuisisioner sebagai alat pengumpul data.

Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu Metode Kuantitatif dengan Penelitian Regresi Sederhana dalam usaha menguji hipotesis yang disusun. Penelitian Kuantitatif adalah suatu penelitian yang berupa data – data yang berbentuk angka, atau data – data kualitatif yang diangkakan

Penelitian deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai variable mandiri, namun tanpa membuat perbandingan dan menghubungkan dengan variable lain, (Sugiyono 2013).

Peneliti berkeyakinan bahwa dengan penelitian kuantitatif deskriptif ini akan diperoleh informasi yang dapat dianalisis untuk mendeskripsikan tentang Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis).

B. Lokasi Penelitian

Pada penulisan penelitian ini, penulis melakukan penelitian yang bertempat pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur yang berada Di Desa Kampung Jawa Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. Alasan penulis memilih lokasi penelitian dilokasi ini dikarenakan Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur merupakan salah satu unit usaha penjualan oleh – oleh yang memanfaatkan potensi buah lokal daerah nya, dengan memanfaatkan buah lokal daerahnya kelompok petani dapat meningkatkan perekonomian masyarakat daerahnya. Kelompok petani tunas makmur juga dapat membuat inovasi produk olahan nanas menjadi berbagai macam produk yang memiliki nilai jual tinggi dan berpotensi untuk mendukung pelestarian makanan (jajanan khas Riau) dan juga bisa menjadi produk unggul dalam bersaing.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan disimpulkan (Sugiyono 2016).

Menurut Sugiyono (Sugiyono 2016) Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun yang menjadi populasi dan sampel pada penelitian Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis) ini adalah Ketua Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur dan anggotanya.

Tabel III.1 : Populasi dan Sampel Penelitian

No	Jenis populasi	Populasi (orang)	Sampel (orang)	Persentase (%)
1.	Ketua Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis	1	1	100 %
2.	Anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis	39	39	100 %
JUMLAH		40	40	100%

Sumber : Observasi Penulis,2020

D. Teknik Penarikan Sampel

Pada Penelitian ini penulis menggunakan teknik sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel, bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 100 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan sangat kecil (Sugiyono 2016).

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber penelitian yang digunakan oleh penulis sebagai berikut :

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang didapat dari wawancara dan kuisisioner, dikumpul dan diolah sendiri oleh pneliti langsung dari responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berisi tentang Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari data Lembaga Koperasi yang bersangkutan dan Dinas ang bersangkutan dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data melalui observasi dilapangan, dengan melakukan penelitian langsung dengan cara:

a. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mendapatkan data primer sebagai data pendukung serta menemukan fenomena – fenomena yang berkaitan dengan Inovasi Produk. Adapun yang peneliti observasi yaitu :

1. Lokasi koperasi kelompok tani tunas makmur,
2. Bangunan koperasi
3. Alat – alat untuk memproduksi produk olahan nanas
4. Struktur organisasi, serta contoh produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur

b. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara kepada ketua dan anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis. Adapun pertanyaan yang peniliti ajukan mengenai : Sejarah berdirinya koperasi kelompok tani tunas makmur, Visi dan misi, inovasi produk olahan nanas yang dihasilkan, serta Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan

Bersaing Berkelanjutan Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Didesa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis.

c. Kuisisioner

Data yang berbentuk tanggapan secara tertulis dan lisan yang diberikan pertanyaan tertulis (kuisisioner) yang diajukan oleh peneliti kepada anggota koperasi berupa buku, catatan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumental

Instrumental penelitian adalah alat untuk mengumpulkan data – data. Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi yang tinggi, instrumental penelitian yang digunakan harus valid dan reliabel. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif untuk menguji pengaruh variabel terikat. Adapun metode statistik yang digunakan:

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah / valid suatu kuisisioner ataupun data yang diperoleh (Sugiyono 2013) Suatu data atau kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan yang dibuat oleh peneliti mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Untuk mengetahui skor masing – masing item pertanyaan valid atau tidak, dapat diuji dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(n \cdot \Sigma x^2) - (\Sigma x)^2 (n \cdot \Sigma y^2) - (\Sigma y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Nilai Validitas butir

n = Jumlah sampel

Σ_x = Total nilai variabel independen

Σ_y = Total nilai variabel dependen

Validitas menunjukkan kemampuan instrumen penelitian mengukur dengan tepat yang akan diukur atau diuji.

b. Uji Reabilitas

Menurut (Sugiyono 2013) uji reabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel konstruk, butir pertanyaan dikatakan realiable, atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu.

2. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpul untuk membuat kesimpulan dalam sebuah penelitian.

Analisis deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik lokasi penelitian, objek penelitian serta faktor – faktor yang berkaitan. Data yang dikumpulkan akan di tabulasikan dalam tabel, kemudian dilakukan pembahasan secara deskriptif dalam angka dan persentase.

3. Analisis Kuantitatif

Analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis kuantitatif dengan metode statistik regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel, variabel

bebas Inovasi Produk (X) dan variabel terikat Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y).

Persamaan regresi linear sederhana yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + B_x$$

Keterangan :

Y = Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

x = Inovasi Produk

a = Nilai Konstanta

B = Koefisien Regresi

H. Uji Hipotesis Statistik

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel – variabel secara keseluruhan terhadap variabel independen. Untuk menguji hipotesis dengan pengujian variabel secara parsial (uji t).

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan sebuah metode pengujian hipotesis rata – rata, uji t dapat dilakukan atas dua rata – rata sampel atau dua sampel dalam pengamatan. Pengujian ini berfungsi untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah ataupun secara bersamaan.

Menurut (Sugiyono 2008) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

- a. Jika t_{hitung} maka H_0 ditolak
- b. Jika t_{tabel} maka H_0 diterima

2. Koefisien Korelasi Pearson

Untuk mengetahui kuat lemah dan arah pengaruh antara variabel independent (Inovasi Produk), dan Variabel dependent (Kunggulan Bersaing Berkelanjutan) yaitu dengan persamaan berikut:

$$r = \frac{\Sigma_{XY}}{\sqrt{(\Sigma_{X^2})(\Sigma_{Y^2})}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi Variabel Independent dan Variabel Dependent

X = Variabel Independent (Inovasi Produk)

Y = Variabel Dependent (Keunggulan Bersaing Berkelanjutan)

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Sugiyono 2008), Analisis Korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien Determinasi ini berfungsi untuk

mengetahui seberapa besarnya persentase antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk mencarinya dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

K_d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi yang dikuadratkan

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika K_d mendekati (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen rendah.
- b. Jika K_d mendekati (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

I. Hipotesis Statistik

Uji hipotesis atau uji pengaruh berfungsi untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Sekedar mengingatkan bahwa hipotesis yang saya ajukan dalam analisis regresi linear sederhana ini adalah:

H_0 : $\rho = 0$, 0 berarti tidak ada hubungan

H_1 : $\rho \neq 0$, “ tidak sama dengan 0” berarti lebih besar atau kurang (-) dari nol berarti ada hubungan

ρ = Nilai Korelasi dalam Formulasi yang dihipotesiskan

H_0 : Tidak ada Pengaruh Inovasi Produk (X) Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y)

H_1 : Ada Pengaruh Inovasi Produk (X) Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y)

Untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Hipotesis ini dapat di uji dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig). Dengan probabilitas 0.05 atau dengan cara lain yakni membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.



BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Berdiri Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur

Kelompok Tani tunas Makmur Desa Kampung Jawa berdiri pada tahun 2007 yang di pimpin oleh ketua kelompoknya yaitu Bapak Syamsul . Pada awalnya Kelompok Tani Tunas Makmur ini bergerak pada bidang Hortikultura yang mana kelompok ini mengusahakan berbagai macam jenis tanaman sayuran dan buah – buahan dan bertambah lagi 1 sektor, yaitu perikanan.

Pada tahun 2015 kelompok ini berkembang menjadi 3 bagian yaitu budi daya lebah madu, Sektor perkebunan dan sektor pengolahan hasil atau UMKM, dan seiring berjalan nya waktu kelompok tani ini menambahkan 1 sektor lagi yaitu sektor kehutanan bagian wisata dengan nama Wisata Arboretum Gambut. Total keseluruhan anggota kelompok tani tunas makmur berjumlah 43 orang. Saat ini kelompok Tani Tunas Makmur sudah terbentuk menjadi koperasi Tani Tunas Makmur dan seluruh anggota yang tergabung dalam Kelompok Tani Tunas Makmur adalah warga masyarakat Kampung Jawa.

Pada sektor perkebunan tanaman yang diusahakan adalah tanaman nanas. Awal terbentuknya sektor perkebunan nanas ini karena kebakaran lahan dan hutan yang terjadi sejak tahun 2012-2014. Masyarakat mengalami kerugian materil dan moril akibat kebakaran. Masyarakat kesulitan mengakses air karena keterbatasan sarana dan prasarana pemadaman kebakaran. Kemudian Pertamina membantu sarana dan prasarana untuk pembuatan kanal dan normalisasi saluran air. Pertamina memberikan pelatihan pemadam api kepada masyarakat peduli api Se-

Kecamatan Bukit Batu. Pertamina mendorong masyarakat untuk memanfaatkan lahan semak belukar bekas kebakaran menjadi pertanian.

Awal program hanya ada 1 petani dengan lahan 0,5 hektar dialih fungsi menjadi lahan pertanian nanas. Saat ini terdapat 5 petani dengan luas lahan mencapai 4,5 hektar yang digunakan sebagai lahan pertanian nanas. Pertamina membantu pelatihan keterampilan dan sarana produksi makanan olahan nanas sehingga muncul usaha diversifikasi produk olahan nanas oleh kelompok tani Tunas Makmur dengan anggota 27 orang. Pada awalnya produk olahan yang dihasilkan berupa : keripik nanas, selai nanas, sirup nanas, dodol nanas dan es krim nanas. Melalui mitigasi karlahut oleh MPA dan pertanian nanas, program ini juga mampu mencegah kebakaran lahan dan hutan, selama tahun 2015-2016 Sungai Pakning tidak terjadi kebakaran.

Kelompok tani Tunas Makmur adalah kelompok binaan dari CSR Pertamina RU II Sungai Pakning sejak tahun 2016. CSR (Corporate Social Responsibility) itu sendiri adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, social dan lingkungan. Oleh karena itu CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan. CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimisasi dampak negatif dan maksimisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

Pertamina melalui CSR terus membina dan mengembangkan masyarakat kampung jawa melalui program-programnya sampai saat ini. Pertamina menyerahkan bantuan kepada kelompok ini ke 3 bagian yaitu wisata, bagian perkebunan, dan UMKM. Hampir 50 persen lebih semua adalah bantuan dari Pertamina. Kelompok ini mendapatkan bantuan dari Pertamina berupa dana/modal, sarana produksi seperti alat penggorengan keripik nanas(Vakum Prying), spiner oil, siler, mesin perajang, Sparator (alat pemisah tulang nanas), safety untuk rumah produksi, bibit nanas (untuk penanaman pertama), alat-alat perkebunan dan lain-lain.

B. Visi dan Misi Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur

Visi dan misi pada kelompok tani Tunas Makmur adalah :

Visi :

Koperasi kelompok tani tunas makmur menjadi koperasi yang unggul dan inovatif dengan mempertahankan kearifan lokal pertanian.

Misi :

1. Meningkatkan Mutu Pertanian.Meningkatkan Taraf Ekonomi Keluarga.
2. Menjadi Kampung Gambut Yang Berdikari.
3. Meningkatkan Taraf Ekonomi Keluarga.
4. Membuka Lapangan Kerja Sehingga Mengurangi Jumlah Pengangguran.

C. Struktur Organisasi Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur

Organisasi merupakan salah satu bentuk dari manajemen di mana tanpa organisasi maka tujuan dari perusahaan tidak akan mungkin tercapai. Sebab semakin besar perusahaan maka semakin kompleks permasalahan yang

dihadapi. Untuk merealisasikan tujuan perusahaan perlu adanya kerjasama antar sesama anggota atau sesama organisasi perusahaan yang bersangkutan.

Dalam hal ini sangat dibutuhkan suatu struktur organisasi yang akan membentuk pola kerja yang secara bersama-sama dapat merealisasikan apa yang menjadi tujuan utama dari perusahaan tersebut. Tanpa adanya struktur organisasi yang tepat maka tujuan perusahaan akan sulit tercapai. Suatu struktur organisasi akan memberikan suatu batasan yang tegas dan jelas kepada siapa harus diserahkan pelaksanaan pekerjaan yang telah dipercayakan dan nantinya akan dapat dipertanggungjawabkan, maka di sinilah peranan organisasi sangat penting.

Setiap perusahaan pada umumnya mempunyai struktur organisasi. Penyusunan struktur organisasi merupakan langkah awal dalam memulai pelaksanaan kegiatan organisasi, dengan kata lain penyusunan struktur organisasi adalah langkah terencana dalam suatu perusahaan untuk melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

Struktur adalah pola interaksi yang ditetapkan dalam suatu organisasi dan yang mengkoordinasikan teknologi dan manusia dalam organisasi, sedangkan struktur dalam konteks group adalah standar perilaku yang diterapkan oleh kelompok sistem komunikasi, dan imbalan serta mekanisme sanksi kelompok.

Koperasi Tunas Makmur sebagai organisasi produktif yang menghasilkan produk-produk olahan nanas memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Koperasi Tani Tunas Makmur



D. Fungsi dan Tugas Operasi

Untuk menggerakkan organisasi dibutuhkan personil yang memegang jabatan tertentu dalam organisasi, masing-masing personil diberikan tanggung jawab sesuai dengan jabatannya, dengan demikian mempermudah pengarahannya serta mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan dari suatu pekerjaan. Adapun tugas dan wewenang dari tiap unit dalam struktur organisasi Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa adalah sebagai berikut:

1. Ketua Koperasi

Ketua Koperasi memiliki tanggung jawab baik ke dalam maupun ke luar organisasi, diantaranya memimpin koperasi dan mengkoordinasikan kegiatan seluruh anggota pengurus.

2. Pengawas

Pengawas dalam kelompok tani tunas makmur bertugas dalam pengawasan terhadap pelaksanaan kebijakan dan pengelolaan koperasi yang dilakukan oleh pengurus.

3. Sekretaris

Sekretaris koperasi kelompok tani tunas makmur bertugas sebagai penanggung jawab administrasi koperasi yang berkaitan dengan surat – menyurat, catat – mencatat dan pembukuan lainnya.

4. Bendahara

Bendahara koperasi kelompok tani tunas makmur bertugas dalam mengurus kekayaan dan keuangan koperasi, antara lain: bertanggung jawab masalah keuangan koperasi, mengatur jalannya pembukuan keuangan, menyusun

anggaran setiap bulan, mengawasi penerimaan dan pengeluaran uang, menyusun rencana anggaran dan pendapatan koperasi, menyusun laporan keuangan, mengendalikan anggaran.

5. Pokja Arboretum

Pokja atau kelompok kerja arboretum merupakan kelompok kerja yang bertanggung jawab untuk mengurus taman botani yang berisi koleksi hidup tanaman kayu khas tanah gambut untuk tujuan wisata edukasi.

6. Pokja pemasaran

Pokja atau kelompok kerja yang bertanggung jawab untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan.

7. Pokja produksi

Pokja atau kelompok kerja yang bertanggung jawab atas terlaksananya produksi, melaksanakan kegiatan produksi, dan menjaga kelancaran proses produksi

8. Pokja perkebunan

Pokja atau kelompok kerja yang bertanggung jawab atas ketersediaan bahan baku untuk proses produksi, memelihara, merawat, dan memanen hasil perkebunan

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut (Sugiyono 2013) digunakan untuk menguji atau mengukur sah (valid) atau tidak sah (valid) nya suatu kuisisioner. Suatu data atau kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan yang dibuat oleh peneliti mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.

Didalam penelitian ini uji coba suatu data dilakukan terhadap 40 responden dengan menggunakan aplikasi program SPSS versi 22. Uji Signifikan suatu data atau kuisisioner dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung (Correceted Item-Total Correlation) dengan r table untuk degree of freedom dan cara mencari $df = (n-2)$, dalam hal ini n merupakan jumlah sample responden .

Dalam penelitian ini diketahui :

jumlah sampel $n = 40$

$df = (40-2) = 38$

Berdasarkan jumlah sampel yang diteliti dengan $\alpha = 0,05$ sehingga didapatkan r table sebesar 0,312 (lihat pada distribusi nilai r tabel), dan jika r hitung $>$ r table dan nilai positif maka dinyatakan valid.

Tabel V.1: Hasil Analisis Validitas Variabel Inovasi Produk (X) Dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y)

No	Item	Corrected Item Total Correlations (r hitung)	r table a = 0,05	Keterangan Hasil
X	X1	0,643	0,312	Valid
	X2	0,703	0,312	Valid
	X3	0,391	0,312	Valid
	X4	0,549	0,312	Valid
	X5	0,360	0,312	Valid
	X6	0,361	0,312	Valid
	X7	0,787	0,312	Valid
	X8	0,577	0,312	Valid
	X9	0,657	0,312	Valid
	X10	0,453	0,312	Valid
	X11	0,559	0,312	Valid
Y	Y1	0,568	0,312	Valid
	Y2	0,745	0,312	Valid
	Y3	0,435	0,312	Valid
	Y4	0,451	0,312	Valid
	Y5	0,485	0,312	Valid
	Y6	0,612	0,312	Valid
	Y7	0,698	0,312	Valid
	Y8	0,402	0,312	Valid
	Y9	0,506	0,312	Valid
	Y10	0,612	0,312	Valid
	Y11	0,695	0,312	Valid

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan Tabel V. 1 dapat disimpulkan bahwa diatas menunjukkan bahwa masing-masing variable inovasi produk dan keunggulan bersaing berkelanjutan r-hitung > r-tabel yaitu n = 40 dengan taraf signifikan 5% adalah 0,312, dan dapat

diartikan bahwa penelitian pengaruh inovasi produk olahan nanas terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk menguji suatu kuisioner apakah sudah reliabel (konsisten) jika diuji secara berulang – ulang. Uji reabilitas menurut (Nunnally: 1960; Zulfardiansyah. NS Vince Ratnawati Yessi Mutia Basri 2014) yaitu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > **0.06** maka dapat dikatakan reliabel.

Tabel V. 2 : Hasil Reabilitas Inovasi Produk dan keunggulan bersaing berkelanjutan

Reliability Statistics Inovasi Produk	
Cronbach's Alpha	N of Items
,778	11

Reliability Statistics Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	
Cronbach's Alpha	N of Items
,774	11

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel V. 2 dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memiliki nilai cronbach alpha sebesar **0,778** dan keunggulan bersaing berkelanjutan memiliki nilai cronbach alpha sebesar **0,774**, dan dapat diartikan bahwa pengujian data ini reliabel (konsisten).

B. Identitas Responden

Identitas responden adalah identitas atau keterangan yang diperoleh dari responden berupa data kuisioner, dan disebarkan oleh penulis. Identitas responden ini berisikan nama, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jabatan,

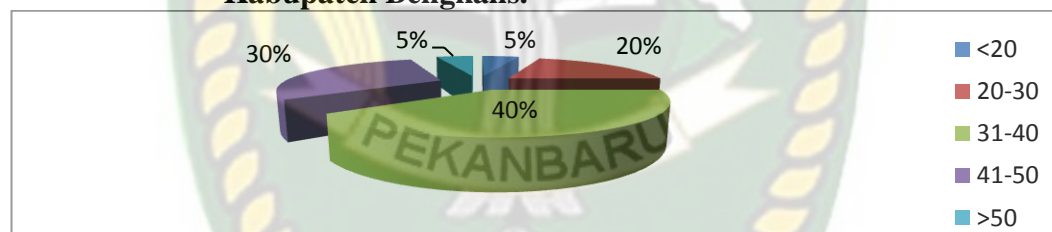
serta penghasilan dari ketua dan anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis.

Untuk mengetahui lebih rinci mengenai identitas responden pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur ini dapat dilihat pada keterangan berikut ini :

1. Umur Responden

Umur atau usia seseorang juga mempengaruhi kinerja seseorang dalam bekerja ataupun melakukan aktivitas. Diketahui umlah responden Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis dapat dilihat pada tabel berikut ini

Gambar V.I : Distribusi jumlah responden Menurut Umur pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis.



Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

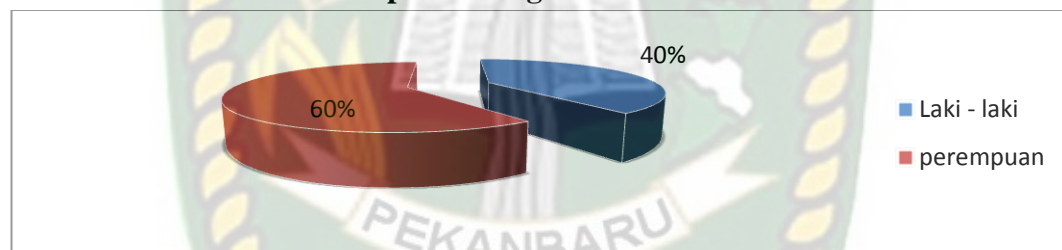
Dari gambar V. I dapat disimpulkan bahwa golongan umur anggota kelompok tani tunas makmur terbanyak berkisar antara 31 – 40 tahun yang berjumlah 16 orang (40%), dan golongan umur yang terendah yaitu < 20 berjumlah 2 orang (5%), Ini menunjukkan bahwa mayoritas umur anggota koperasi kelompok tani tunas makmur (pengusaha olahan nanas) berada di pada kategori kelompok usia produktif. Sejalan dengan pendapat ahli yaitu Woyanti dalam (Aprilyanti 2017; Mahendra 2017) Salah satu faktor yang mempunyai pengaruh terhadap produktivitas karyawan adalah faktor usia. Dengan usia

pengusaha rata-rata berada dalam usia produktif bekerja sehingga dalam menjalankan usahanya pengusaha mampu mengelola usahanya dengan baik karena semangat kerja yang masih kuat untuk menjalankan usahanya.

2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin pada identitas responden Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis terdiri dari dua jenis kelamin yaitu jenis kelamin laki – laki dan jenis kelamin perempuan. Untuk lebih rincinya mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Gambar V.2 : Distribusi jumlah responden Menurut Jenis Kelamin pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis



Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

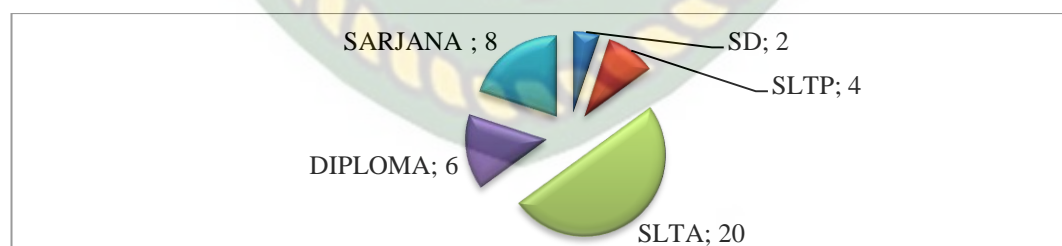
Berdasarkan gambar diagram V.2 diatas dapat disimpulkan bahwa Distribusi jumlah responden Menurut Jenis Kelamin pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis paling dominan yaitu jenis kelamin perempuan sebanyak 24 orang (60 %) dan jenis kelamin laki – laki sebanyak 16 orang (40 %), dikarenakan pada koperasi kelompok tani tunas makmur dari bidang pengolahan hingga bidang pemasaran banyak yang diperlukan tenaga kerja perempuan, dan tenaga kerja laki – laki hanya di bidang pemeliharaan atau bidang perkebunan. Hal ini sejalan pendapat Seon Mi Kim dalam (Mandala dan Raharja 2012) menyatakan bahwa banyak wanita yang

bergerak di bidang UMKM dibanding laki – laki karena sumber daya dan jaringan wanita lemah, perbedaan gender masih diterima masyarakat luas, sehingga hal ini memberi dampak pada hasil usaha yang dibangun oleh wanita. Dan oleh karena itu partisipasi wanita dalam usaha mikro meningkat secara signifikan, baik di perkotaan maupun di pedesaan.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan merupakan tingkat yang paling penting dalam kehidupan, semakin berpendidikan seseorang maka semakin pintar dalam mengatur waktu dalam bekerja dan berusaha, jika semakin tinggi pendidikan seseorang, maka cenderung usaha yang dikelola lebih rasional dengan memanfaatkan pendidikan yang dimiliki baik yang diperoleh dari pendidikan formal ataupun nonformal. Dapat dilihat pada tabel berikut ini tingkat pendidikan Anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur :

Gambar V.3 : Distribusi jumlah responden Menurut tingkat pendidikan pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis



Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel V.3 dapat disimpulkan bahwa sebanyak 2 orang (5%) anggota kelompok pernah menempuh pendidikan hingga jenjang SD, sebanyak 4 orang (10%) anggota kelompok menempuh jenjang SMP, yang terbanyak 20 orang (50%) anggota pernah menempuh pendidikan hingga ke jenjang SMA, yang

menempuh diploma sebanyak 6 orang (15%) dan 8 orang (20%) anggota menempuh ke jenjang sarjana.

Tingkat pendidikan tertinggi pada anggota kelompok koperasi kelompok tani tunas makmur yaitu tingkat pendidikan SLTA, tingkat pendidikan tenaga kerja kelompok tani tunas makmur termasuk tingkat pendidikan yang menengah , oleh karena itu minimnya pengetahuan anggota tentang strategi pemasaran dan cara berinovasi yang kekinian, sehingga produk yang dihasilkan oleh kelompok tani tunas makmur kurang dikenal didaerah Riau.

Pendidikan yang dialami menyebabkan individu banyak mendapatkan pengetahuan, pengalaman, dan sikap mental yang kuat. Pengetahuan, pengalaman, dan sikap mental yang diperoleh akan berpengaruh terhadap pola tingkah laku dan sikapnya, sesuai dengan teori Human Capital yang menerangkan bahwa pendidikan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di mana pendidikan berperan dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja (Mandala dan Raharja 2012; tilaar & ace). jika anggota kelompok tani tunas makmur memiliki pendidikan yang cukup tinggi, dengan tingginya tingkat pendidikan para anggota kelompok hal ini akan membantu apabila ada penerapan adopsi, inovasi teknologi untuk lebih mengembangkan usaha agar dapat meningkatkan hasil produksi mereka, mereka akan dengan mudah menerima inovasi baru yang diberikan, dan jika semakin tinggi pendidikan seseorang, maka cenderung usaha yang dikelola lebih rasional dengan memanfaatkan pendidikan yang dimiliki baik yang diperoleh dari pendidikan formal ataupun nonformal.

4. Omset Penjualan

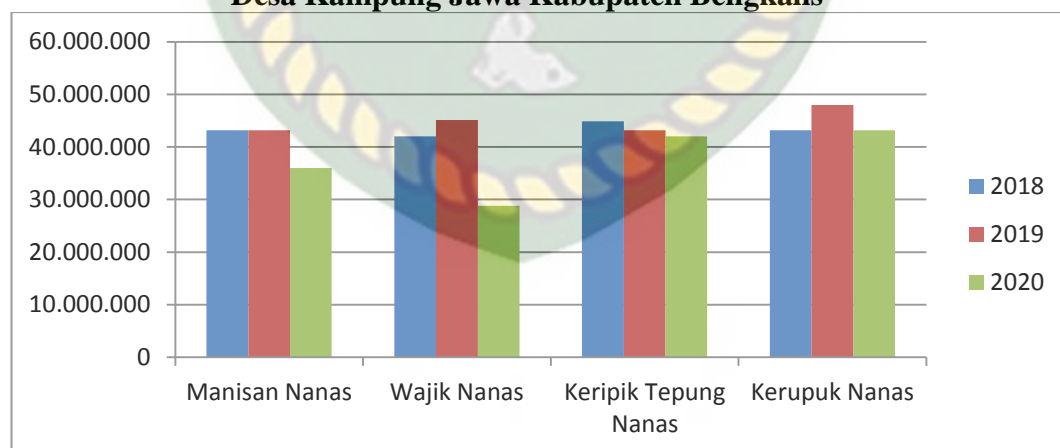
Omset penjualan merupakan jumlah hasil penjualan (dagangan), omset penjualan total juga juga merupakan total jumlah penjualan barang / jasa dari laporan laba rugi perusahaan ataupun UMKM selama periode penjualan tertentu. Untuk meningkatkan omset penjualan suatu perusahaan tentu adanya tantangan yang besar bagi para pelaku usaha, karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh seberapa banyak produk yang habis terjual di pasaran.

Tabel V. 3 : Omset Penjualan Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis

No	Produk	Harga/pcs	2018	2019	2020
1	Manisan Nanas	15.000/pcs	Rp. 43.200.000	Rp. 43.200.000	Rp. 36.000.000
2	Wajik Nanas	15.000/pcs	RP. 42.000.000	Rp. 45.120.000	Rp. 28.800.000
3	Keripik Tepung nanas	15.000/pcs	Rp. 44.880.000	Rp. 43.200.000	Rp. 42.000.000
4	Kerupuk Nanas	15.000/pcs	Rp. 43.200.000	Rp. 48.000.000	Rp. 43.200.000
Jumlah			Rp. 173.280.000	Rp. 179.520.000	Rp. 150.000.000

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Gambar V.4 : Omset Penjualan Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis



Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

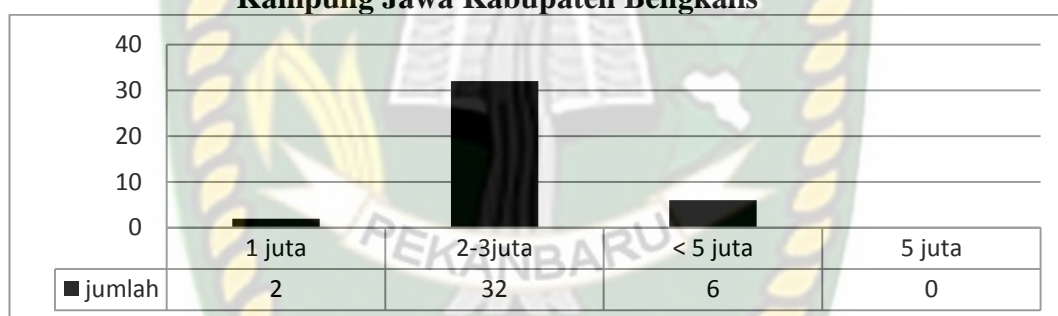
Berdasarkan dari tabel dan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa omset penjualan koperasi kelompok tani tunas makmur mengalami kenaikan pada tahun

2018 ke tahun 2019 sebesar Rp. 6.240.000 , dan mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar Rp. 29.520.000, dikarenakan dampak dari virus corona 19 sehingga masyarakat sulit untuk bekerja dan memproduksi produknya.

5. Penghasilan anggota

Penghasilan atau gaji merupakan upah ataupun komisi yang didapat oleh seseorang yang bekerja ataupun berwirausaha. Adapun distribusi jumlah responden Menurut penghasilan pada Anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis :

Gambar V.5 : Distribusi jumlah responden Menurut penghasilan pada Anggota Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis



Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan dari gambar V.5 dapat disimpulkan bahwa rata – rata penghasilan anggota koperasi kelompok tani tunas makmur desa kampung jawa yaitu berkisar antara 2 – 3 juta/ bulan yaitu sebanyak 32 orang , penghasilan < 5 juta sebanyak 6 orang dan penghasilan paling sedikit yaitu 1 juta sebanyak 2 orang. Dari penghasilan dapat simpulkan bahwa penghasilan yang paling umum di anggota kelompok tani tunas makmur yaitu penghasilan 2 – 3 juta/ bulan dikarenakan sebagian besar anggota kelompok tani tunas makmur pendidikannya hanya tamatan SLTA dan penghasilan yang didapat oleh kelompok tani tunas

makmur sesuai dengan jabatan setiap anggota. Penghasilan yang diperoleh oleh anggota koperasi kelompok tani tunas makmur dari hasil penjualan produk olahan nanas yang telah dibagi ke koperasi sebesar 25% agar koperasi dapat berjalan lancar, 75% hasil dari penjualan produk olahan nanas itu 50% untuk modal dan 25% untuk dibagikan sebagai penghasilan anggota koperasi kelompok tani tunas makmur. Hal ini sejalan dengan pendapat (Firdausa 2013; Nainggolan n.d.) yang menemukan hasil lama usaha yang semakin lama akan membuat tingkat pendapatan semakin bertambah.

C. Hasil Pengaruh Inovasi Produk Olahan Nanas Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur Di Desa Kampuang Jawa Kabupaten Bengkalis)

Setiap orang yang melakukan usaha pasti akan melakukan modifikasi terhadap produknya agar produk yang dihasilkan oleh perusahaan, ataupun UMKM terus berkembang, sejalan dengan tujuan inovasi yaitu untuk membuat sebuah produk atau jasa dengan jenis yang baru. Tetapi bukan hanya untuk menghasilkan produk dengan jenis yang baru, namun juga dapat menjadi proses peningkatan nilai (value) dan pengembangan dari sebuah produk yang sudah beredar, sehingga inovasi menjadi salah satu sumber energi dalam keunggulan bersaing berdasarkan pada kreativitas yang didapatkan melalui proses pengelolaan, dan inovasi dianggap fungsi penting dari bisnis setelah pemasaran. Maka dari itu, dibutuhkan inovasi terus menerus agar produk yang diproduksi mampu bersaing dipangsa pasarnya, maka pada uraian berikut penulis akan jelaskan berdasarkan masing – masing indikator sebagai berikut :

1. Rekapitulasi Tanggapan responden mengenai dimensi Inovasi Produk

Adapun 3 konsep unggul dalam inovasi produk yaitu : Fitur produk, desain produk, dan kualitas produk. Untuk mengetahui bagaimana asil dari pengaruh inovasi produk olahan nanas terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan (studi pada koperasi kelompok tani tunas makmur di desa kampung jawa kabupaten bengkalis)

1.1 Fitur Produk

Fitur dari sebuah produk merupakan sebuah modal yang mampu bersaing untuk memenangkan perhatian konsumen, yang dimaksud dalam fitur dari sebuah produk seperti: penyempurnaan karakteristik produk, penambahan jenis atau varian produk, dan penambahan kemampuan atau fungsi produk. Karakteristik yang melekat dengan sempurna pada sebuah produk merupakan hasil dari pengembangan dan penyempurnaan secara terus menerus.

Tabel V. 4 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Fitur produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Penyempurnaan karakteristik produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah berjalan dengan lancar	14	24	2	-	-	40
		35.0	60.0	5.0			100
2.	Kelompok tani tunas makmur melakukan penambahan fungsi pada kemasan produknya	16	24	-	-	-	40
		40.0	60.0				100
3.	Produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur memiliki keunikan yang berbeda dari produk lainnya.	36	4	-	-	-	40
		90.0	10.0				100
Jumlah		66	52	2	-	-	120
Persentase							100%

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tanggapan responden mengenai Fitur Produk pada tabel V.4 tersebut, dapat disimpulkan bahwa penyempurnaan karakteristik produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah berjalan dengan lancar, sebesar 14 responden sangat setuju, dikarenakan penyempurnaan karakteristik produk olahan nanas baik itu dalam segi pengolahan, pemasaran sudah berjalan dengan lancar, 24 responden setuju, menurut beberapa responden tidak secara keseluruhan penyempurnaan karakteristik produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah berjalan lancar, dikarenakan adanya kekurangan sumber daya manusia dalam pengolahannya, dan 2 responden kurang setuju karena banyak yang masih harus diperbaiki ataupun diperbaharui baik itu dalam segi pengolahan, pemasaran yang kurang maksimal, sumber daya manusia kurang, dan tempat yang kurang memadai.

Tanggapan responden mengenai kelompok tani tunas makmur dalam melakukan penambahan fungsi pada kemasan produknya, sebesar 16 responden sangat setuju karena kemasan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah diperbaharui menjadi lebih praktis agar dapat dibawa kemanapun tanpa harus takut tumpah, dan 24 responden setuju karena kemasan produk olahan nanas hanya di modifikasi menjadi kemasan klipang yang diberi sticker / logo dari kelompok tani tunas makmur.

Tanggapan responden mengenai Produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur memiliki keunikan yang berbeda dari produk lainnya sebesar 36 responden sangat setuju, karena setiap proses pengolahan pembuatan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur masih manual (tradisional) dan pastinya

produk olahan nanas ini memiliki keunikan yang berbeda dari pesaing lainnya, dan 4 responden setuju, karena adanya pesaing yang membuat produk olahan nanas selain kelompok tani tunas makmur, dan rasanya pun tidak jauh berbeda. Dan perbedaannya hanya pada segi pengolahan dan sumber daya manusia yang mengolah produk tersebut.

Dari hasil tanggapan responden diatas, sejalan dengan pendapat (P. dan G. A. Kotler 2010) yang menyatakan bahwa fitur produk merupakan suatu manfaat atau fungsi yang memberikan nilai atas suatu produk. Dan untuk menciptakan tingkatan yang lebih tinggi atas suatu produk maka perusahaan harus perlu meningkatkan inovasi untuk menciptakan serta menawarkan fitur – fitur produk yang lebih menarik dibandingkan dengan produk yang sudah ada dipasaran.

Wawancara yang peneliti lakukan sehubungan dengan penyempurnaan karakteristik produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah berjalan dengan lancar, sudah melakukan penambahan fungsi pada kemasan produknya, dan produk yang dihasilkan memiliki keunikan yang berbeda dari pesaing lainnya, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut:

“Untuk penyempurnaan karakteristik produk baik itu dalam segi rasa, kemasan, dan pengolahan sudah berjalan lancar, dan ada beberapa yang menganggap belum begitu lancar dikarenakan adanya kendala dalam teknologi pengolahan dan kekurangan sumber daya manusia. Dan untuk penambahan fungsi pada kemasan produk sudah kami lakukan yang mana dulu kemasan produk kami hanya memakai perekat portable sealer dan sekarang kemasanya sudah praktis untuk dibawa kemana-mana tanpa harus takut masuk angin ataupun tumpah. Produk yang kami hasilkan tentu saja memiliki keunikan yang berbeda dari pesaing lainnya karena kami memakai bibit buah nanas yang unggul, dan pengolahan produk yang dibuat oleh tenaga kerja yang kompeten terhadap bidangnya”.

1.2 Desain Produk

Desain merupakan cara atau konsep yang mampu mewakili dan menggambarkan sebuah produk. Desain tidak hanya memiliki kontribusi terhadap kemasan (penampilan) sebuah produk namun juga terhadap kegunaan produk. Sebuah produk yang didesain dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen, dan dapat memberikan keunggulan bersaing pada setiap produk.

Tabel V.5 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Desain produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Penampilan Produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur sudah menarik di mata konsumen	20	20	-	-	-	40
		50.0	50.0				100
2.	Ukuran produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen	36	4	-	-	-	40
		90.0	10.0				100
3.	Produk kelompok tani tunas makmur sudah memiliki izin dari Dinas Kesehatan (BPOM/ P - IRT)	37	3	-	-	-	40
		92.5	7.5				100
Jumlah		93	27	-	-	-	120
Persentase							100%

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tanggapan responden mengenai Desain Produk pada tabel V.5 tersebut, dapat disimpulkan bahwa penampilan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah menarik di mata konsumen sebesar 20 responden sangat setuju, dikarenakan banyak orang diluar daerah yang membeli produk olahan nanas serta mengunjungi koperasi kelompok tani tunas makmur untuk melihat proses pembuatan produk tersebut dan 20 responden setuju karena tidak semua orang mengetahui bahwa koperasi kelompok tani tunas makmur memiliki produk olahan nanas, dan ada sebagian orang yang tidak suka buah nanas.

Tanggapan responden mengenai ukuran produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen sebesar 36 responden sangat setuju, karena banyak konsumen yang membeli berbagai macam produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur dengan jumlah ataupun ukuran yang berbeda dari ukuran yang dijual pasaran, sehingga kelompok tani tunas makmur menerima pemesanan sesuai ukuran yang diminta oleh konsumen, dan 4 responden setuju, dikarenakan ada beberapa faktor yang membuat kelompok tani tunas makmur tidak dapat memenuhi permintaan konsumen seperti: waktu pengolahan yang cukup lama, sumber daya bahan baku kurang, dan sumber daya manusia yang tidak memadai. Dan tanggapan responden mengenai produk kelompok tani tunas makmur sudah memiliki izin dari Dinas Kesehatan (BPOM/P - IRT) sebesar 37 responden sangat setuju, dan 3 responden setuju.

Dari hasil tanggapan responden, sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller dalam (Saidani, Rachman, dan Rizan 2013) mendefinisikan *“Design is the totality of features that affect how a product looks, feels, and functions to a consumer”*. Hal ini menyatakan bahwa desain merupakan totalitas Fitur yang dapat mempengaruhi bagaimana sebuah produk agar terlihat, terasa dan berungsi bagi konsumen. Desain produk menawarkan 3 hal yaitu: fungsi, estetika dan daya tarik lainnya, desain yang baik bagi suatu perusahaan atau toko merujuk pada kemudahan proses pembuatan dan distribusi. Sedangkan desain yang baik bagi konsumen yaitu produk yang indah atau bagus untuk dilihat, digunakan, multifungsi, diperbaiki ataupun dibuang.

Wawancara yang peneliti lakukan sehubungan dengan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur menarik perhatian konsumen, ukuran produknya dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen dan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah memiliki izin dari Dinas Kesehatan (BPOM/P - IRT) diperoleh hasil wawancara sebagai berikut:

“Dari penampilan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah banyak menarik perhatian konsumen, dan banyak juga yang datang ke koperasi langsung untuk melihat proses pembuatannya, untuk ukuran produk olahan nanas kami ini dapat disesuaikan dengan permintaan pembeli, produk kami juga sudah memiliki izin sehingga siap untuk dipasarkan, jarang kami temui produk rumahan yang memiliki izin dari dinas kesehatan.”

1.3 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor utama konsumen untuk memutuskan pembelian terhadap produk, dikarenakan kualitas produk merupakan sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsi – fungsinya semaksimal mungkin. Fungsi yang dimaksud diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian produk yang dihasilkan.

Tabel V.6 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tingkat keawetannya cukup lama	11 27.5	29 72.5	-	-	-	40 100
2.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah berjamur	10 25.0	26 65.0	4 10.0	-	-	40 100

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
3.	Varian rasa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah bervariasi	12	28	-	-	-	40
		30.0	70.0				100
4	Di kemasan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah tertera masa kadaluwarsa produknya	34	6	-	-	-	40
		85.0	15.0				100
5.	Keripik olahan nanas kelompok tani tunas makmur lebih gurih dan garing dari produk pesaing lainnya	34	6	-	-	-	40
		85.0	15.0				100
Jumlah		101	95	4	-	-	200
Persentase							100 %

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tanggapan responden mengenai Kualitas Produk pada tabel V.6 tersebut, dapat disimpulkan bahwa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tingkat keawetannya cukup lama sebesar 11 responden sangat setuju, 29 responden setuju, Tanggapan responden mengenai produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah berjamur sebesar 10 responden sangat setuju, dan 26 responden setuju dan 4 responden kurang setuju. Sebagian responden sangat setuju karena produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur proses pengolahannya sudah dilakukan dengan baik, dan pengemasan produk olahan nanas ini sudah aman untuk dikirim keluar daerah, dan sebagian responden hanya menyatakan setuju atas pernyataan di atas karena produk olahan nanas ini tidak memakai pengawet, dan bahan – bahan untuk pembuatannya pun dari bahan alami. Tanggapan responden mengenai varian rasa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah bervariasi sebesar 12 responden sangat setuju dikarenakan varian rasa dari produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur seperti keripik tepung nanas dan kerupus nanas sudah ada rasa original, asin, dan

pedas, dan 28 responden setuju karena varian rasa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur masi kurang.

Tanggapan responden mengenai kemasan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah tertera masa kadaluwarsa produknya sebesar 34 responden sangat setuju, karena konsumen dapat melihat masa kadaluwarsa produk dibelakang kemasan produk, dan 6 responden setuju, karena ada sebagian kemasan produk yang tidak ada masa kadaluwarsa dikemasannya.

Dan tanggapan responden mengenai keripik olahan nanas kelompok tani tunas makmur lebih gurih dan garing dari produk pesaing lainnya sebesar 34 responden sangat setuju, dikarenakan keripik olahan nanas kelompok tani di goreng dengan minyak yang banyak dan ditiriskan menggunakan mesin frying pan agar keripik tersebut garing, dan 6 responden setuju, karena ada beberapa faktor yang menyebabkan keripik tidak garing yaitu : penggorengan yang tidak maksimal, penirisan minyak yang kurang maksimal dan pengemasan yang tidak rapi.

Dari hasil tanggapan responden, sejalan dengan pendapat (P. dan G. A. Kotler 2010; Weenas 2013) yang mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, perbaikan produk, serta atribut yang bernilai lainnya. Setiap perusahaan atau pelaku usaha yang ingin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan harus berusaha membuat produk yang berkualitas, yang memiliki desain yang menarik serta harga yang terjangkau.

Wawancara yang peneliti lakukan sehubungan dengan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah berjamur, tingkat keawetannya cukup lama, varian rasanya sudah bervariasi, kemasan produknya sudah tertera masa kadaluwarsa, dan keripik olahan nanas kelompok tani tunas makmur lebih gurih dan garing dari produk pesaing lainnya, diperoleh hasil wawancara sebagai berikut:

“Anggota kelompok tani tunas makmur sangat setuju dan ada yang setuju dengan pernyataan bahwa tingkat keawetannya cukup lama dikarenakan ada sebagian produk yang awet hingga 1 minggu – 2 minggu, dan produk yang keawetannya tidak begitu lama dikarenakan produk olahan nanas ini tidak memakai bahan pengawet, sehingga produk olahan nanas ini ada yang cepat berjamur dan ada juga yang tidak, dan keripik yang kami produksi dijamin garing dan renyah, dikemas produk kami juga sudah tertera masa kadaluarsanya.”

Tabel V.7 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai variabel Inovasi Produk

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Penyempurnaan karakteristik produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah berjalan dengan lancar	14	24	2	-	-	40
		35.0	60.0	5.0			100
2.	Kelompok tani tunas makmur melakukan penambahan fungsi pada kemasan produknya	16	24	-	-	-	40
		40.0	60.0				100
3.	Produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur memiliki keunikan yang berbeda dari produk lainnya.	36	4	-	-	-	40
		90.0	10.0				100
4.	Penampilan Produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur sudah menarik di mata konsumen	20	20	-	-	-	40
		50.0	50.0				100
5.	Ukuran produk Olahan Nanas Kelompok Tani Tunas Makmur dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen	36	4	-	-	-	40
		90.0	10.0				100

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
6.	Produk kelompok tani tunas makmur sudah memiliki izin dari Dinas Kesehatan (BPOM/ P - IRT)	37	3	-	-	-	40
		92.5	7.5				100
7.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tingkat keawetannya cukup lama	11	29	-	-	-	40
		27.5	72.5				100
8.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah berjamur	10	26	4	-	-	40
		25.0	65.0	10.0			100
9.	Varian rasa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah bervariasi	12	28	-	-	-	40
		30.0	70.0				100
10.	Di kemasan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur sudah tertera masa kadaluwarsa produknya	34	6	-	-	-	40
		85.0	15.0				100
11.	Keripik olahan nanas kelompok tani tunas makmur lebih gurih dan garing dari produk pesaing lainnya	34	6	-	-	-	40
		85.0	15.0				100
Jumlah		260	174	6	-	-	440
Rata – rata		59,09	39,54	1,3	-	-	100
Persentase		59%	39,54%	1,3%	-	-	100%

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

2. Rekapitulasi Tanggapan responden mengenai dimensi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Perusahaan yang pada akhirnya bertujuan untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan harus mampu menciptakan nilai ekonomi lebih dari perusahaan lainnya. Menurut Barney (1991) ada empat kriteria keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu : bernilai, langka atau unik, tidak mudah digantikan dan tidak mudah ditiru. Berikut ini merupakan tabel rekapitulasi responden anggota

koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator keunggulan bersaing berkelanjutan.

2.1 Bernilai

Sumber daya organisasi dikatakan bernilai atau berharga jika memberikan nilai strategis bagi organisasi. Sumber daya organisasi memberikan nilai jika membantu organisasi dalam memanfaatkan peluang pasar. Sumber daya membantu dalam mengurangi ancaman pasar.

Tabel V.8 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Bernilai:

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki keunikan produk yang berbeda dari produk olahan nanas pesaing lainnya	26	14	-	-	-	40
		65.0	35.0				100
2.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki rasa yang khas, sehingga dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya	24	16	-	-	-	40
		60.0	40.0				100
3.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki ciri khasnya sendiri, dan dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya	29	11	-	-	-	40
		72.5	12.5				100
4	Keistimewaan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur dapat dilihat dari jenis produk yang dihasilkan	25	15	-	-	-	40
		62.0	37.5				100
Jumlah		104	56	-	-	-	160
Persentase							100 %

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari tabel V.8 dapat disimpulkan bahwa produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki keunikan yang berbeda dari pesaing lainnya sebesar 26

responden sangat setuju dan 14 responden setuju. Tanggapan responden mengenai Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki rasa yang khas, sehingga dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya sebesar 24 responden sangat setuju dan 16 responden setuju. Tanggapan responden mengenai Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki ciri khasnya sendiri, dan dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya sebesar 29 responden sangat setuju dan 11 responden setuju. Tanggapan responden mengenai Keistimewaan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur dapat dilihat dari jenis produk yang dihasilkan sebesar 25 responden sangat setuju dan 15 responden setuju.

Hasil tanggapan responden mengenai Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki keunikan produk yang berbeda dari produk olahan nanas pesaing lainnya, memiliki ciri khasnya sendiri baik itu dalam segi rasa ataupun produk, sebagian responden sangat setuju dengan pernyataan diatas dikarenakan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki keunikan yang berbeda dari pesaing lainnya yaitu dari segi rasa yang gurih dan renyah, pengolahan produk yang masi tradisional sehingga memerlukan keahlian sumber daya manusia yang sesuai dengan bidangnya, sehingga produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki keistimewaan disetiap produk yang dihasilkan nya. Dan ada sebagian responden yang hanya setuju dengan pernyataan diatas karena ada beberapa faktor yaitu : setiap rasa olahan nanas yang diproduksi oleh pelaku usaha tidak akan jauh berbeda dalam segi rasa, tetapi pada proses pembuatannya yang berbeda.

Berdasarkan hasil tanggapan responden diatas, sejalan dengan pendapat (Barney 1991; Handika et al. 2009) yang menyatakan bahwa Sumber daya yang bernilai akan digunakan untuk menerapkan strategi yang baru serta untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi perusahaan. Pada dasarnya sumber daya dikatakan bernilai yaitu sumber daya yang dapat membantu organisasi untuk meningkatkan kinerja yang baik, sumber daya yang menghasilkan produk yang bernilai dibanding dengan pesaing lainnya.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti sehubungan dengan sumber daya bernilai sebagai berikut :

“Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur ini memiliki keunikan disetiap produknya, tentu saja produk ini berbeda dengan produk dari pesaing lainnya, karena dari segi penanaman, perawatan, pengolahan hingga pemasaran dilakukan oleh kelompok tani sendiri, dan setiap produk yang kami produksi menggunakan bibit nanas yang bagus agar rasa dan kualitas dari produk kami ini dapat bersaing dipasaran.”

2.2 Unik atau langka

Sumber daya organisasi yang dikatakan unik atau langka yaitu sumber daya yang sulit ditemukan sehingga dapat menjadi sebuah keunikan bagi organisasi. Sumber daya harus langka atau unik untuk menawarkan keunggulan kompetitif.

Tabel V.9 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator unik atau langka

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Kelompok tani tunas makmur memiliki keahlian dalam membuat berbagai macam jenis produk yang memiliki nilai tambah pada produknya.	18 45.0	22 55.0	-	-	-	40 100
2.	Kelompok tani tunas makmur memiliki metode (pengolahan /pembuatan) olahan nanas yang unik sehingga tidak mudah untuk di tiru pesaing lainnya	28 70.0	12 30.0	-	-	-	40 100

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
3.	Sumber daya teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur berbeda dari teknologi yang digunakan oleh pesaing lainnya.	27	13	-	-	-	40
		67.5	32.5				100
	Jumlah	73	47	-	-	-	120
Persentase							100%

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari tabel V.9 dapat disimpulkan bahwa Kelompok tani tunas makmur memiliki keahlian dalam membuat berbagai macam jenis produk yang memiliki nilai tambah pada produknya sebesar 18 responden sangat setuju dan 22 responden setuju. Tanggapan responden mengenai Kelompok tani tunas makmur memiliki metode (pengolahan /pembuatan) olahan nanas yang unik sehingga tidak mudah untuk di tiru oleh pesaing lainnya sebesar 28 responden sangat setuju dan 12 responden setuju. Tanggapan responden mengenai Sumber daya teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur berbeda dari teknologi yang digunakan oleh pesaing lainnya sebesar 27 responden sangat setuju dan 13 responden setuju.

Hasil tanggapan responden mengenai kelompok tani tunas makmur memiliki keahlian dalam membuat berbagai macam jenis produk serta metode (pengolahan /pembuatan) olahan nanas yang unik dan sumber daya teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur berbeda dari teknologi yang digunakan oleh pesaing lainnya. Ada beberapa responden sangat setuju dengan pernyataan diatas karena secara keseluruhan anggota kelompok tani tunas makmur memiliki keahlian sesuai dengan bidangnya, serta metode pembuatan dan

teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur juga berbeda dari pesaing lainnya.

Berdasarkan hasil tanggapan responden diatas, sejalan dengan pendapat (Barney 1991; Yeni 2008) yang menyatakan bahwa sumber daya atau kompetensi yang langka merupakan sumber daya yang dimiliki oleh sedikit dari pesaing lainnya.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti sehubungan dengan indikator unik atau langka sebagai berikut :

“ Untuk proses pengolahan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur, diolah dengan anggota kelompok tani yang sudah kompeten pada bidangnya.”

2.3 Tidak Mudah Digantikan

Suatu organisasi atau perusahaan dapat menjadi unggul dalam bersaing jika alternatif sumber daya lain tidak dapat menggantikan sumber daya organisasinya.

Tabel V. 10 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Tidak Mudah Digantikan

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Bahan baku produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah digantikan	22 55.0	18 45.0	-	-	-	40 100
2.	Sumber daya teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur dalam pembuatan produk tidak mudah digantikan	22 55.0	18 45.0	-	-	-	40 100
Jumlah		44	36	-	-	-	80
Persentase							100 %

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari Tabel V.10 dapat disimpulkan bahwa Sumber daya bahan baku produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah digantikan sebesar 22

responden sangat setuju dan 18 responden setuju. Tanggapan responden mengenai Sumber daya teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur dalam pembuatan produk tidak mudah digantikan sebesar 22 responden sangat setuju dan 18 responden setuju.

Hasil dari tanggapan responden diatas ada beberapa responden yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut dikarenakan bahan baku nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah digantikan dengan bahan baku lainnya, serta teknologi yang digunakan oleh kelompok tani juga tidak mudah digantikan. Dan beberapa responden hanya setuju dengan pernyataan tersebut karena ada beberapa faktor yaitu buah nanas diproduksi tidak lancar, permintaan yang tidak sesuai dengan stock, dan teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur mengalami kerusakan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden diatas, sejalan dengan pendapat (Barney 1991; Yeni 2008) yang menyatakan bahwa sumber daya tidak mudah digantikan dapat meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan suatu perusahaan, karena semakin tidak terlihat suatu sumber daya ataupun kompetensi, semakin sulit untuk perusahaan mencari penggantinya semakin besar tantangan bagi para pesaing untuk meniru strategi penciptaan nilai perusahaan.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai indikator tidak mudah digantikan sebagai berikut:

“Bahan baku yang kami gunakan merupakan buah nanas yang bagus yaitu jenis buah nanas maon (moris), dan jika cuaca tidak mendukung dapat mengakibatkan produksi buah nanas jenis maon ini tidak berjalan dengan lancar, dan jika banyak nya permintaan dari konsumen maka kami harus menggunakan jenis nanas yang lain ataupun sortiran nanas untuk membuat produk olahan nanas ini”

2.4 Tidak Mudah Ditiru

Sumber daya organisasi dapat menjadi dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sumber daya organisasi tidak dapat diimitasi atau tidak mudah untuk ditiru.

Tabel V.11 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai indikator Tidak Mudah Ditiru

NO	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Kelompok tani tunas makmur memiliki kemampuan dalam mengolah produk olahan nanas yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya	31	9	-	-	-	40
		77.5	22.5				100
2.	Metode (pembuatan) produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya	26	14	-	-	-	40
		65.0	35.0				100
	Jumlah	57	23	-	-	-	80
	Persentase						100 %

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari Tabel V.11 dapat disimpulkan bahwa Kelompok tani tunas makmur memiliki kemampuan dalam mengolah produk olahan nanas yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya sebesar 31 responden sangat setuju dan 9 responden setuju. Tanggapan responden mengenai Metode (pembuatan) produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya sebesar 26 responden sangat setuju dan 14 responden setuju.

Hasil dari tanggapan responden diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa responden yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut dikarenakan kemampuan anggota kelompok tani tunas makmur dalam mengolah produk olahan nanas ini tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya, karena setiap orang

memiliki keahlian pada bidangnya masing – masing, sehingga proses pembuatan produk olahan nanas ini tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya.

Berdasarkan hasil tanggapan responden diatas sejalan dengan pendapat (Barney 1991; Yeni 2008) yang menyatakan bahwa sumber daya tidak mudah ditiru merupakan suatu hal yang mendorong perusahaan agar dapat mencapai keunggulan bersaing dalam pasarnya, para pesaing tidak mampu memahami dengan jelas cara ataupun strategi perusahaan dalam memproduksi produk yang dihasilkannya.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai indikator tidak mudah ditiru sebagai berikut :

“ Kemampuan tenaga kerja kelompok tani tunas makmur sudah dapat dikatakan ahli pada setiap bidangnya sehingga proses pembuatan produk olahan nanas ini tidak mudah ditiru dengan pesaing lainnya”

Tabel V.12 : Rekapitulasi tanggapan responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mengenai variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
1.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki keunikan produk yang berbeda dari produk olahan nanas pesaing lainnya	26 65.0	14 35.0	-	-	-	40 100
2.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki rasa yang khas, sehingga dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya	24 60.0	16 40.0	-	-	-	40 100
3.	Produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur memiliki ciri khasnya sendiri, dan dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya	29 72.5	11 27.5	-	-	-	40 100
4.	Keistimewaan produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur dapat dilihat dari jenis produk yang dihasilkan	25 62.5	15 37.5	-	-	-	40 100

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah
5.	Kelompok tani tunas makmur memiliki keahlian dalam membuat berbagai macam jenis produk yang memiliki nilai tambah pada produknya.	18	22	-	-	-	40
		45.0	55.0				100
6.	Kelompok tani tunas makmur memiliki metode (pengolahan /pembuatan) olahan nanas yang unik sehingga tidak mudah untuk ditiru pesaing lainnya	28	12	-	-	-	40
		70.0	30.0				100
7.	Sumber daya teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur berbeda dari teknologi yang digunakan oleh pesaing lainnya.	27	13	-	-	-	40
		67.5	32.5				100
8.	Bahan baku produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak mudah digantikan	22	18	-	-	-	40
		55.0	45.0				100
9.	Sumber daya teknologi yang digunakan oleh kelompok tani tunas makmur dalam pembuatan produk tidak mudah digantikan	22	18	-	-	-	40
		55.0	45.0				100
10.	Kelompok tani tunas makmur memiliki kemampuan dalam mengolah produk olahan nanas yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya	31	9	-	-	-	40
		77.5	22.5				100
11.	Metode (pembuatan) produk olahan nanas kelompok tani tunas makmur tidak dapat ditiru oleh pesaing lainnya	26	14	-	-	-	40
		65.0	35.0				100
Jumlah		278	162	-	-	-	440
Rata – rata		63,18	36,81	-	-	-	100
Persentase		63,1%	36,8%				100%

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

D. Pengujian Instrumen Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui kuisioner kepada para responden anggota koperasi kelompok tani tunas makmur desa kampung jawa kabupaten bengkalis mengenai variabel inovasi produk dan

keunggulan bersaing berkelanjutan maka penulis akan menguji kelayakan dari masing – masing variabel dan indikator tersebut, atau dapat juga dikatakan sebagai pengujian kualitas data yang bertujuan untuk menentukan batas – batas kebenaran dan ketepatan alat ukur kuisioner suatu indikator variabel penelitian yang dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji suatu model regresi penelitian, antara variabel independent dan variabel dependent memiliki distribusi normal atau tidak.

Menurut (Priyatno, 2008) kriteria dalam uji normalitas adalah:

Jika tingkat signifikan > 0.05 maka berdistribusi normal dan jika tingkat signifikan < 0.05 maka tidak berdistribusi.

Tabel V. 13 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,58155833
Most Extreme Differences	Absolute	,093
	Positive	,064
	Negative	-,093
Test Statistic		,093
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan tabel V. 13 dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas data menggunakan metode kolmogorov smirnov sebesar 0,200, yang artinya hasil uji data tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0,05 sehingga uji normalitas pada penelitian ini terdistribusi normal.

1.2 Uji Linearitas

Uji Linear bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel berpengaruh signifikan secara linear atau tidak. Dalam beberapa referensi dinyatakan bahwa uji linearitas merupakan syarat atau asumsi sebelum melakukan analisis korelasi.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan cara yaitu :

Jika nilai *Deviation from linearity sig* > 0,05 maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antar variabel dan jika nilai *deviation from linearity sig* < 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antar variabel

Tabel V. 14 : Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keunggulan Bersaing Berkelanjutan * Inovasi Produk	Between Groups	(Combined)	146,950	10	14,695	2,280	,041
		Linearity	73,987	1	73,987	11,477	,002
		Deviation from Linearity	72,963	9	8,107	1,258	,301
	Within Groups		186,950	29	6,447		
	Total		333,900	39			

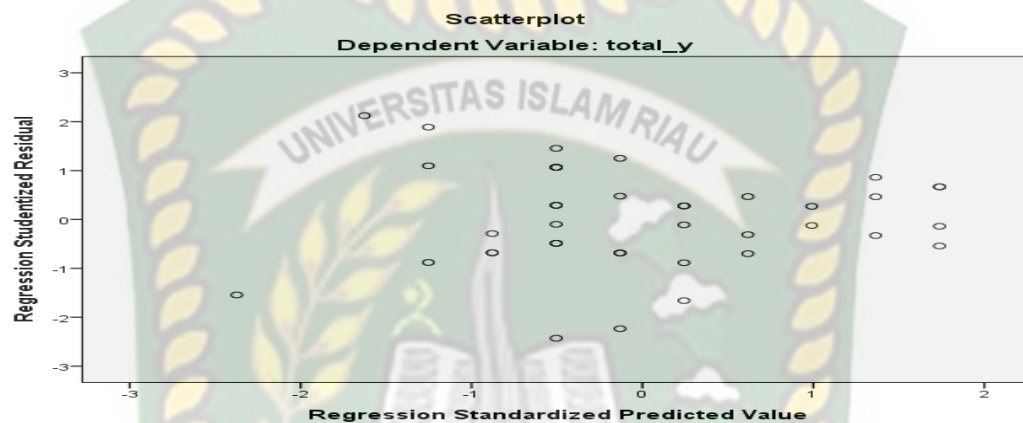
Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan Tabel V.14 dapat disimpulkan bahwa hasil uji linearitas data dalam penelitian ini berpengaruh linear secara signifikan karena nilai *deviation from linearity* dalam penelitian ini $0,301 > 0,05$.

1.3 Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk mengetahui / menguji model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Gambar V. 6 : Uji Heteroskedasitas



Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan Gambar V. 6 dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji heteroskedasitas dalam penelitian ini menggambarkan bahwa titik – titik yang menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, yang artinya tidak terjadi heteroskedasitas ataupun tidak terjadi masalah .

2. Uji Koefisien Regresi

Analisis regresi linear sederhana menurut (Sujarweni 2019) merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antar variabel, variabel bebas Inovasi Produk (X) dan varibel terikat Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Y). Teknis analisis regresi sederhana antara Inovasi produk terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan melalui table dibawah ini:

Tabel V. 15: Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,026	7,893		3,171	,003
	total_x	,515	,157	,471	3,289	,002

a. Dependent Variable: total_y

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan dari Tabel V.15 dapat disimpulkan bahwa hasil regresi linear sederhana memperoleh persamaan

$$Y = 25,026 + 0,515 X$$

Dan dari persamaan Regresi Linear Sederhana diatas mempunyai makna sebagaimana koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata - rata variabel uang artinya setiap adanya inovasi produk yang baru, maka variabel keunggulan bersaing berkelanjutan akan mengalami kenaikan sebesar 0,515.

Dari analisis regresi dapat diketahui nilai **a = 25,026** menunjukkan bahwa variabel Inovasi produk adalah konstanta (tetap) maka keunggulan bersaing berkelanjutan berpengaruh sebesar **25,026** sedangkan koefisien regresi linear sederhana adalah **0,515** yang artinya setiap perubahan variabel X (Inovasi Produk) maka akan merubah satuan variabel Y (Keunggulan Bersaing Berkelanjutan). Misalnya nilai a = 25,026 menunjukkan bahwa variable inovasi produk konstan (tetap) , dan jika setiap terjadinya perubahan variabel inovasi produk (X) maka akan terjadi perubahan satuan dengan variabel keunggulan bersaing berkelanjutan (Y). Misalnya jika inovasi produk terus dilakukan dan meningkat sebesar 10%

maka suatu produk yang di produksi oleh umkm atau perusahaan tingkat keunggulan bersaing berkelanjutannya akan meningkat sebesar **5,15%** .

3. Uji Koefisien Korelasi Pearsons

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independent (Inovasi produk) dan variabel Dependen (Keunggulan bersaing berkelanjutan). Dasar pengambilan keputusan koefisien korelasi yaitu :

- jika nilai signifikan < 0.05 maka variabel X dan Y berkorelasi
- jika nilai signifikan > 0.05 maka variabel X dan Y tidak berkorelasi.

Tabel V. 16 : Nilai Skor dan Interval Penelitian

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0	Tidak ada hubungan
0,00 – 0,20	Sangat Lemah
0,21 – 0,40	Lemah
0,41 – 0,60	Sedang
0,61 – 0,80	Kuat
0,81 – 0,99	Sangat kuat

Sumber : J.supranto, Statistik Teori dan Aplikasi

Tabel V.17 : Uji Koefisien Korelasi Pearson

Correlations			
		INOVASI PRODUK	KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN
INOVASI PRODUK	Pearson Correlation	1	,471**
	Sig. (2-tailed)		,002
	N	40	40
KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTA N	Pearson Correlation	,471**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	
	N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari Tabel V.17 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan dari hubungan Inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu 0.471, maka

dapat diartikan bahwa adanya hubungan antara inovasi produk dan keunggulan bersaing berkelanjutan. Dan tingkat hubungan antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan yaitu sebesar **0,471** yang artinya tingkat hubungan antar variabel sedang.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ini berfungsi untuk mengetahui seberapa besarnya persentase antara variabel independen dan variabel dependen. Dapat dilihat hasil dari uji koefisien determinasi pada tabel berikut ini :

Tabel V.18 : Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,471 ^a	,222	,201	2,61531
a. Predictors: (Constant), total_x				
b. Dependent Variable: total_y				

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari Tabel V.16 dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi atau R Square (R^2) sebesar **0,222** atau **22,2%** . Hal ini membuktikan bahwa variabel inovasi produk mempengaruhi keunggulan bersaing berkelanjutan pada koperasi kelompok tani tunas makmur didesa kampung jawa kabupaten bengkalis sebesar **22,2%** sedangkan sisanya sebesar **77,8%** dipengaruhi oleh variabel lain tetapi tidak dibahas dalam penelitian ini seperti : bauran promosi, bauran pemasaran, orientasi pasar, supply chain management, kompetensi kewirausahaan, karakteristik pimpinan, dan banyak variabel lainnya.

5. Uji Parsial (T)

Uji t menurut (Sugiyono 2008) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk pengujian hipotesis rata – rata, uji T dapat dilakukan atas dua

rata – rata sampel, pengujian ini berfungsi untuk menguji pengaruh antara variabel bebas teradap variabel terikat secara terpisah ataupun secara bersamaan. Adapun tingkat signiikan yang digunakan dalam penelitian ini sebesar $5\% = 0,05$.

Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang mana dasar pengambilan keputusan dalam uji t sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti secara parsial ada pengaruh antara variabel bebas (Inovasi produk) dan variabel terikat (keunggulan bersaing berkelanjutan).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a diterima berarti secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel bebas (Inovasi produk) dan variabel terikat (keunggulan bersaing berkelanjutan).

Berdasarkan dari hasil perhitungan dengan SPSS versi 22 diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

$Df = n - k - 1 = 40 - 1 - 1 = 38$ dan untuk mencari t tabel yaitu menggunakan rumus :

$$t_{tabel} = \frac{\alpha}{2} : n - k - 1 = \frac{0.05}{2} : 38 = 2.024 \text{ dapat dilihat dari distribusi } t_{tabel}$$

Tabel V. 19 : Uji Parsial (T)

Variabel	t – hitung	t – tabel
Inovasi Produk	3.289	2.024

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021

Dari Tabel V.17 dapat disimpulkan bahwa t – hitung Inovasi produk bernilai sebesar **(3.289) > t – tabel (2.024)** artinya adanya pengaruh yang signifikan antara

variabel inovasi produk terhadap variabel keunggulan bersaing berkelanjutan pada Koperasi Kelompok Tani Tunas Makmur di Desa Kampung Jawa Kabupaten Bengkalis.

6. Pembahasan Deskriptif Penelitian

Dari hasil analisis dengan menggunakan aplikasi SPSS.V. 22 diatas dapat diinterpretasikan bahwa inovasi produk meliputi : fitur produk, desain atau rancangan produk, dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan. Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh anggota koperasi kelompok tani tunas makmur mampu menciptakan keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai Inovasi produk olahan nanas terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan (studi pada koperasi kelompok tani tunas makmur didesa kampung jawa kabupaten bengkalis) dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Inovasi produk yang dilakukan oleh koperasi kelompok tani tunas makmur berbagai macam seperti : wajik nanas, keripik nanas, sirup nanas, dodol nanas dan besek nanas. Adapun inovasi yang belum dilakukan oleh kelompok tani tunas makmur yaitu membuat kue kering maupun basah dikarenakan masa penyimpanannya cukup singkat.
2. Kelompok tani tunas makmur selalu mengoptimalkan strategi agar produk olahan nanas yang dihasilkannya dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Ada beberapa toko yang telah bekerjasama dengan koperasi kelompok tani tunas makmur untuk memasarkan produk olahan nanasnya.
3. Produk olahan nanas merupakan makanan tradisional yang dapat bersaing dengan makanan tradisional yang telah dikenal di Kabupaten Bengkalis seperti lempuk durian, sagu, dan keripik ikan lomek. Oleh karena itu kelompok tani tunas makmur berupaya untuk melakukan dan mengoptimalkan inovasi produk olahan nanasnya agar dapat bersaing dengan produk makanan tradisional lainnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang akan membuat penelitian ataupun lokasi penelitian agar lebih baik lagi yaitu:

1. Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian dengan variabel yang sama tetapi dengan objek yang berbeda disarankan untuk menggunakan landasan teori yang berbeda dengan penelitian ini supaya lebih mengembangkan teori-teori terbaru yang sudah ada.
2. Saran untuk Kelompok tani tunas makmur agar dapat lebih berinovasi lagi, dan lebih giat lagi dalam memasarkan produk – produk olahan nanas agar produk yang di hasilkan dapat dikenal didaerah Riau maupun diluar daerah. Dan lebih banyak melakukan promosi serta mengikuti bazar ataupun event – event yang diselenggarakan oleh daerah setempat untuk lebih meningkatkan penjualan Koperasi kelompok tani tunas makmur.
3. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen maka Kelompok tani tunas makmur harus memperhatikan kualitas produk, kepercayaan, nilai pelanggan dan factor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan agar membeli produk olahan nanasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2017, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alma Buchari, 2018, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*, cetakan ke-13, Bandung, Alfabeta
- Aji Prasetio, 2015, *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, cetakan pertama, Yogyakarta : Ekuilibria
- Dewanto, Wawan, 2014. *Manajemen Inovasi*. Penerbit Andi: Yogyakarta
- Eko Putro Widoyoko. (2012). *Teknik Penyusunan Instrument Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Fayol, Henry, *Industri dan Manajemen Umum*, Terj. Winardi, London: Sir Issac and Son, 1985
- Fuad, M dkk, 2006. *Pengantar Bisnis*. Gramedia : Jakarta
- Hasibuan, Melayu. S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara
- Kotler, Phillip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12*. New Jersey. PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Nawawi, Hadari. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis yang Kompetitif*. Cetakan Keempat. Penerbit Gajah Mada University Press, Yogyakarta.
- Prof. Dr. H. Makmur, M. (2006). *Filsafat administrasi*. Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang P, 2003. *Filsafat Administrasi*, Jakarta :PT Bumi Aksara
- Siagian, Sondang P, 2006. *Filsafat Administrasi*, Jakarta :PT Bumi Aksara
- Siagian, Sondang P, 2008. *Filsafat Administrasi*, Jakarta :PT Bumi Aksara
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*, Bandung : Penerbit Alfabet
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Suparyanto dan Rosad, 2015, *Manajemen Pemasaran*, Bogor: In Media.
- Tjiptono Fandy, 2008,*Strategi Pemasaran*,Yogyakarta, Andi Plubisher
- Vernon A. Musselman and John H. Jackson, 2006, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, , Jakarta:Erlangga.
- Widoyoko, Eko Putro. 2012. “*Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*”.Yogyakarta: Pusat Belajar
- Zulkifli ,2005. *Pengantar Study Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Pekanbaru: UIR Press
- Zulkifli, 2009. *Fungsi-Fungsi Manajemen*. FISIPOL UIR PEKANBARU
- Zulkifli, 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Skripsi Dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Badan Penerbit FISIPOL UIR

Jurnal

- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh Usia dan Masa Kerja Terhadap Produktivitas Kerja (Studi Kasus: PT. OASIS Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 68-72.
- Barney, Jay. (1991). “Firm Resource and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*, 17: 99-120.
- Dewi, Sensi Tribuana. *Analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing untuk meningkatkan kinerja pemasaran (studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan)*. Diss. program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2006.
- Firdausa, R. A., & Arianti, F. (2013). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Kios di Pasar Bintoro Demak. *Jurnal*, 2(1).
- Handika, R. F. (2013). Sustaining Competitive Advantage: A Resource-Based View (The Case Of Traditional-Food Manufacturer In Padang Panjang). *Manajemen S-1*, 1(1).
- Hasnatika, Imas Fatimah, and Ida Nurnida. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang." *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 4.3 (2018): 1-9.

- Khamimah, Khamimah, and Sri Suyati. "Membangun Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Kapabilitas Modal Sosial Dan Kinerja Pemasaran Pada Pengrajin Wingko Babat Di Kota Semarang." *Serat Acitya* 3.2 (2015): 93.
- Mandala, A. M., & Raharja, E. (2012). *Peran pendidikan, pengalaman, dan inovasi terhadap produktivitas usaha kecil menengah*. Diponegoro Journal of Management, 1(4), 1-12.
- Nainggolan, R., & Budi Sienatra, K. (2015). *Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha Sebagai Determinan Penghasilan UMKM Kota Surabaya*.
- Novianti, D., Mustika, I. W., & Eka, L. H. (2018). Pengaruh tingkat pendidikan, pelatihan akuntansi, umur usaha, dan skala usaha pelaku UMKM terhadap penggunaan informasi akuntansi di Kecamatan Purwokerto Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 20(3).
- Purnomo, Ratno. "Resource-Based View dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan: Sebuah Telaah Kritis Terhadap Pemikiran Jay Barney (1991)." *Sustainable Competitive Advantage (SCA)* 1.1 (2013).
- Rokhayati, Imas, and Sri Suryoko. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Melalui Inovasi Produk (Studi Pada Ikm Gula Semut Desa Durensari)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9.3 (2020): 201-208.
- Setiawan, Beni. "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Perusahaan Industri Makanan Ringan Mekar Jaya Bandung." *UNIKOM, Bandung*. <http://www.elib.unikom.ac.id/2013/11/11> (2012).
- Suendro, Ginanjar. *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil Dan Menengah Batik Pekalongan)*. Diss. UNIVERSITAS DIPONEGORO, 2010.
- Suriatna, Danny. "Analisa Modal Sosial dan Inovasi Produk pada Pengusaha Mikro dan Kecil di Jawa Timur." *Agora* 1.3 (2013): 1492-1503.
- Susanto, Agus. *Pengaruh promosi, harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis karangmlati demak*. Diss. Universitas Negeri Semarang, 2013.
- Sutisna, Andri. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*. Diss. Universitas Komputer Indonesia, 2013.
- Vaske, J. J., Beaman, J., & Sponarski, C. C. (2017). Rethinking internal consistency in Cronbach's alpha. *Leisure Sciences*, 39(2), 163-173.

Wahyono, 2002, Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1, No.1, Mei

Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

Zulfardiansyah, N. S., Ratnawati, V., & Basri, Y. M. (2015). *Pengaruh profesionalisme, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja dan kecerdasan emosional terhadap kinerja pengelola keuangan pada Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) Kabupaten Indragiri Hilir* (Doctoral dissertation, Riau University).

PERUNDANG – UNDANGAN :

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian

DOKUMEN:

Dinas Koperasi dan UMKM, 2019. *Jumlah Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Bengkalis 2019*, Bengkalis

Dinas Koperasi dan UMKM, 2019. *Jumlah Usaha Kecil Dan Menengah Perbidang Usaha di Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis 2019*, Bengkalis

Dinas Pertanian dan Peternakan, 2019. *Hasil Produksi Tanaman Hortikultura (Buah – Buah) Kabupaten Bengkalis 2019*, Bengkalis

BPS Kabupaten Bengkalis, 2019, *PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha 2019*, Bengkalis