

**DAYA SAING BERKELANJUTAN
PRODUK AGROINDUSTRI JUS HONJE
(Studi Kasus Pada Agroindustri HOLA Juice Desa Karangbenda
Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran)**

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT
OF HONJE JUICE AGROINDUSTRY PRODUCTS
(Case Study on HOLA Juice Agroindustry Karangbenda Village,
Parigi District, Pangandaran Regency)**

RUSWANA^{1*}, SUDRAJAT², IWAN SETIAWAN³

¹Fakultas Pertanian Universitas Galuh

²Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran

E-mail: ruswana165@gmail.com

ABSTRAK

Daya saing mengindikasikan bagaimana suatu badan usaha atau organisasi bisnis mampu berkompetisi dengan usaha lain yang sejenis ataupun non sejenis dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya untuk menarik perhatian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui daya saing berkelanjutan agroindustri jus honje pada agroindustri HOLA Juice di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini didesain secara kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus pada usaha agroindustri jus honje pada perusahaan HOLA Juice di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Indeks dan status berkelanjutan dianalisis berdasarkan kriteria berkelanjutan pada setiap dimensi dengan metode MDS yang menggunakan proses ordinasi Rap IPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1). Nilai untuk dimensi ekonomi sebesar 55,80, menunjukkan kategori cukup berkelanjutan dan diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kontribusi terhadap pendapatan keluarga dan tingkat keuntungan perusahaan; 2). Nilai untuk dimensi kualitas sebesar 47,62, menunjukkan kategori kurang berkelanjutan dan diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kesesuaian produk dengan spesifikasi desain; 3). Nilai untuk dimensi fleksibilitas dan waktu penyampaian sebesar 64,72, menunjukkan kategori cukup berkelanjutan dan diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu penyesuaian kondisi lingkungan dan macam produk yang dihasilkan; 4). Nilai untuk dimensi persaingan sebesar 62,42, menunjukkan kategori cukup berkelanjutan, dan diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kompetisi industri, promosi, dan kerjasama dengan pengusaha bisnis lainnya; 5). Nilai untuk dimensi teknologi dan infrastruktur sebesar 36,25, menunjukkan kategori kurang berkelanjutan dan diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu teknologi pemasaran dan promosi.

Kata kunci ; jus honje, daya saing, dimensi daya saing.

ABSTRACT

*Competitiveness indicates how a business entity or business organization was able to compete with other similar or non-similar businesses by utilizing its advantages to attract the attention of consumers. Thwas study aimed to determine the sustainable competitiveness of honje agro-industry juice in the HOLA Juice agro-industry in Karangbenda Village, Parigi Dwastrict, Pangandaran Regency. The method used in thwas study was designed qualitatively by using a case study method in the juice honje agro-industry in the HOLA Juice company in Karangbenda Village, Parigi Dwastrict, Pangandaran Regency. The sampling technique in thwas study was done intentionally (*purposive sampling*). Indexes and status were analyzed based on sustainable criteria in each dimension by the MDS method using the HDI Rap ordination process. The results showed that: 1). The value for the*

economic dimension of 55.80, shows the quite sustainable category and obtained indicators that were sensitive to the value of the sustainable index, namely the contribution to family income and the level of corporate profits; 2). The value for the quality dimension of 47.62, indicates the category of unsustainability and obtained indicators that were sensitive to the value of the sustainable index, namely product conformity with design specifications; 3). The value for the dimensions of flexibility and time of delivery was 64.72, indicating that the category was quite sustainable and obtained indicators that were sensitive to the value of the sustainable index, namely the adjustment of environmental conditions and the types of products produced; 4). The value for the competition dimension was 62.42, indicating the category was quite sustainable, and obtained indicators that were sensitive to the value of sustainable indexes, namely industry competition, promotion, and cooperation with other business entrepreneurs; 5). The value for technology and infrastructure dimensions was 36.25, indicating the category of unsustainability and obtained indicators that were sensitive to the value of sustainable indexes, namely marketing and promotion technology.

Keywords ;*honje juice, competitiveness, dimensions of competitiveness.*

PENDAHULUAN

Daya saing merupakan suatu penopang eksistensi suatu usaha untuk tetap berdiri secara berkelanjutan di tengah persaingan dengan usaha bisnis lainnya baik yang telah lama berdiri maupun dengan pesaing-pesaing baru yang muncul. Daya saing mengindikasikan bagaimana suatu badan usaha atau organisasi bisnis mampu berkompetisi dengan usaha lain yang sejenis ataupun non sejenis dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya untuk menarik perhatian konsumen.

Menurut Bappenas (2014), dalam dua dekade terakhir, penggunaan konsep daya saing oleh akademisi dan pemerintah di berbagai negara untuk mengukur kinerja suatu perekonomian wilayah, industri dan perusahaan semakin meningkat. Konsep daya saing juga semakin sering digunakan untuk mengukur peran dan kinerja usaha

mikro, kecil dan menengah (UMKM). Kondisi ini menunjukkan pergeseran sudut pandang bahwa peran UMKM semula lebih banyak dilihat dari kontribusinya dalam peningkatan kesempatan kerja dan penurunan kemiskinan, ke persepsi bahwa UMKM juga memiliki kontribusi yang penting sebagai salah satu sumber pertumbuhan ekspor, khususnya barang-barang manufaktur, dan pertumbuhan produk domestik bruto (PDB).

Namun demikian, peran UMKM tersebut belum cukup memadai untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat yang lebih tinggi. UMKM masih mengalami banyak kendala yang berkaitan dengan rendahnya kapasitas dan kualitas sumber daya manusia yang rendah, keterbatasan akses kepada sumber daya produktif (modal, bahan baku, informasi,

pengetahuan, keterampilan dan teknologi), serta tingginya biaya transaksi.

Keragaman UMKM baik industri kecil, industri rumah tangga, usaha kerajinan dan lain-lain adalah pelaku ekonomi yang memberi pengaruh cukup besar dalam kehidupan masyarakat. Keragaman UMKM tersebut tidak hanya sebagai sumber mata pencaharian orang banyak, tetapi juga menyediakan langsung lapangan kerja bagi mereka yang tingkat pengetahuan dan keterampilannya rendah.

Menurut Yustika (2000), industri kecil, rumah tangga, maupun menengah selama ini tanpa disadari berorientasi ekspor, sehingga sangat membantu pemerintah dalam mendapatkan devisa, dibandingkan usaha besar yang justru mengeksploitasi pasar domestik dalam penjualannya. Sektor industri kecil, rumah tangga, dan menengah telah terbukti lebih fleksibel dalam berbagai kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan, seperti krisis ekonomi.

HOLA Juice merupakan salah satu industri rumahan yang memproduksi jus honje yang berada di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Usaha jus honje ini sudah berdiri selama 5 tahun dimulai dari tahun 2014. Sejak berdirinya sampai sekarang industri jus honje hola juice menghadapi berbagai

kendala dan tantangan serta persaingan dari industri sejenis maupun industri olahan yang lainnya. Meskipun demikian dengan keuletan dan konsisten dengan produk olahannya usaha jus honje tetap berdiri dan berkembang hingga sampai sekarang industri jus honje HOLA Juice mampu dikenal hingga pulau Bali.

Honje atau kecombrang (*Etlintera hemisphaerica*) merupakan salah satu tanaman yang banyak tumbuh di Indonesia, yang pada umumnya digunakan oleh masyarakat sebagai salah satu bahan penyedap rasa pada makanan. Namun di Kabupaten Pangandaran khususna di agroindustri HOLA Juice, honje justru dijadikan sebagai suatu olahan minuman yang memiliki banyak khasiat dan manfaat dan juga sebagai minuman kuliner khas Kabupaten Pangandaran yaitu berupa jus honje. Honje yang digunakan sebagai bahan dasar pembuatan jus honje ialah honje laka.

Menurut Buih Pangandaran (2017), khasiat yang terkandung di dalam honje ini adalah memulihkan stamina, menghilangkan masuk angin, menurunkan kolesterol, darah tinggi, dll. Selain itu, bunga honje dapat menghilangkan bau badan dikarenakan bunga honje mengandung minyak astiri, saponin, dan plavoinoida. Hal inilah yang menjadi daya

tarik konsumen untuk mengkonsumsi minuman ini dikarenakan khasiat-khasiat yang terkandung di dalamnya. Industri kecil menengah (IKM) jus honje di Kabupaten Pangandaran berada di Kecamatan Parigi, Kecamatan Mangunjaya, dan Kecamatan Cijulang.

Mengingat tidak semua daerah mampu membuat olahan serupa yang memberikan peran daya saing wilayah terhadap Kabupaten Pangandaran sebagai daerah otonom, serta sedikitnya pelaku usaha agroindustri jus honje yaitu hanya tiga pelaku usaha di Kabupaten Pangandaran, sehingga daya saing usaha yang dimiliki masih cukup terbuka. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai daya saing keberlanjutan agroindustri jus honje pada agroindustri HOLA Juice.

METODE PENELITIAN

Desain dan Metode Penelitian

Penelitian ini didesain secara kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus daya saing keberlanjutan usaha agroindustri jus honje pada perusahaan HOLA Juice

Menurut Sukmadinata (2009), penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa,

aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi dari orang secara individual maupun kelompok.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder.

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden atau pemilik usaha agroindustri dengan teknik wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya.
- 2) Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari instansi yang terkait dengan penelitian ini, serta studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel perusahaan dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu pada agroindustri HOLA Juice di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. Menurut Arikunto (2006), teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya

pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu.

Rancangan Analisis Data

Analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Data yang sudah terkumpul dari proses wawancara berupa kuesioner yang diberikan oleh agroindustri HONJEKU diolah dengan beberapa perlakuan tertentu. Menurut Miles dan Huberman (1984), aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Indeks dan status berkelanjutan dianalisis berdasarkan kriteria berkelanjutan pada setiap dimensi dengan metode MDS. Metode MDS menggunakan proses ordinasi *rapid for integrated pest management (Rap IPM)* yang selanjutnya hasil analisis dari beberapa dimensi disajikan dalam diagram layang layang. Menurut Fauzi & Anna (2002), proses algoritma *Rap IPM* melalui beberapa tahapan, yaitu :

1. Penentuan indikator secara berkelanjutan untuk masing-masing aspek.
2. Penilaian setiap indikator (skoring) dalam skala ordinal berdasarkan kriteria berkelanjutan untuk setiap factor.

3. Melakukan analisis MDS untuk menentukan ordinasi dan nilai.
4. Melakukan rotasi untuk menentukan posisi desain daya saing berkelanjutan pada ordinasi *bad* dan *good* dengan menggunakan *MS-excell*.
5. Melakukan analisis *leverage*.

Pemilihan lima dimensi sebagai indikator berkelanjutan dapat mewakili indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan daya saing berkelanjutan. Setiap dimensi terdiri dari indikator-indikator yang masing-masing diberikan penilaian/skor yang mencerminkan berkelanjutan berupa indikator utama. Selanjutnya setiap atribut dimensi ditentukan besar skala. Nilai baik mencerminkan berkelanjutan usaha dan sebaliknya.

Tabel 2. Kriteria indeks dan status berkelanjutan

Nilai Indeks	Kategori Nilai Indeks
0,00-24,99	Tidak berkelanjutan
25,00-49,99	Kurang berkelanjutan
50,00-79,99	Cukup berkelanjutan
80,00-100,00	Sangat berkelanjutan

Sumber: Fauzi & Anna 2005

Dimensi dimensi yang diteliti berdasarkan pendapat Muhardi (2007) lengkap dengan indikatornya sebagai berikut :

- a. Biaya adalah dimensi daya saing operasi yang meliputi empat indikator yaitu biaya produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan.
- b. Dimensi kualitas, yang meliputi berbagai indikator diantaranya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain.
- c. Dimensi waktu penyampaian dan fleksibilitas yang meliputi berbagai indikator diantaranya ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, ketepatan waktu penyampaian produk, macam produk yang dihasilkan, dan kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

Serta penambahan dimensi yang diteliti, yaitu

- a. dimensi persaingan dengan indikator-indikator diantaranya kerjasama dengan bisnis lainnya, kompetisi industri, pangsa pasar, dan promosi.
- b. Dimensi teknologi dan infrastruktur dengan indikator-indikator diantaranya teknologi proses produksi, teknologi pengawetan produk teknologi pemasaran dan

promosi, akses infrastruktur transportasi, serta akses infrastruktur air bersih.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan HOLA Juice di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran, melalui beberapa tahap kegiatan sebagai berikut:

1. Penulisan usulan penelitian, dilaksanakan pada bulan Juni 2019.
2. Kegiatan di lapangan untuk mengumpulkan data, dilaksanakan pada bulan Juli 2019.
3. Pengolahan data dan pembuatan laporan hasil penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2019 sampai dengan selesai.

Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik agroindustri jus honje yang diberi nama HOLA Juice yang bertempat di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran.

1. Umur responden yang melaksanakan usaha agroindustri jus honje adalah 49 tahun, umur tersebut masih termasuk ke dalam umur produktif. Umur 15 sampai dengan 64 tahun yang dianggap sebagai penduduk yang secara potensial disebut produktif. Menurut BPS Indonesia (2019),

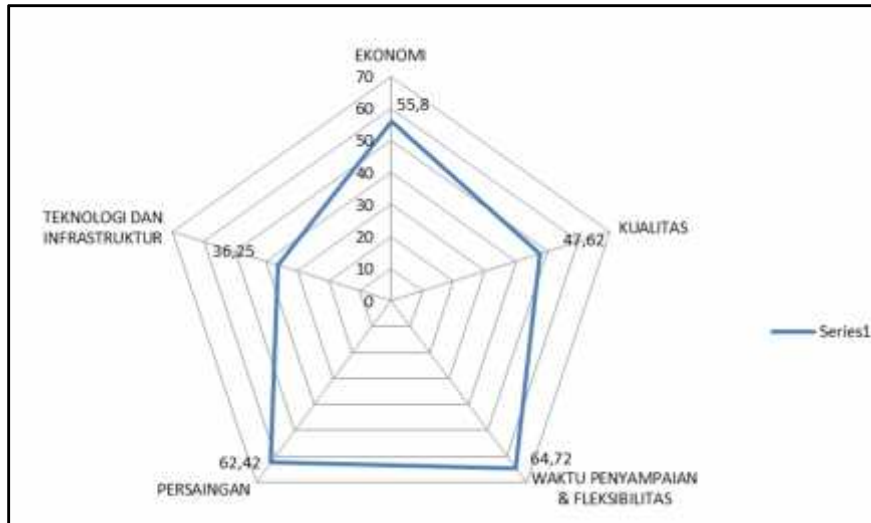
perbandingan antara penduduk usia tidak produktif (dibawah 15 tahun dan 65 tahun ke atas) dan usia produktif (antara 15 sampai 64 tahun).

2. Pendidikan responden yaitu SMA.. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin tinggi pula respon terhadap teknologi baru dan cara berfikir. Responden sendiri sudah mampu menerapkan teknologi media sosial serta beberapa penerapan dalam hal masa revolusi industri 4.0, dimana proses kegiatan promosi dan distribusi pemasaran sudah menggunakan media sosial dan *online shop*, yaitu shopee, bukalapak, facebook, dan media sosial lainna.
3. Jumlah tanggungan keluarga responden adalah 3 orang, sehingga beban perekonomian dalam keluarga tidak terlalu berat. Namun demikian, meskipun beban perekonomian tidak terlalu berat responden perlu mengupayakan dalam pengembangan usahanya sehingga mampu meningkatkan taraf ekonomi keluarga.
4. Pengalaman responden dalam usaha agroindustri jus honje yaitu selama 5

tahun. Pengalaman dalam usaha agroindustri jus honjenya sudah terbilang cukup lama sehingga responden mampu menjalankan usahanya secara bertahap serta pelaku usaha dalam menjalankan usahanya semakin baik dari segi kuantitas, kualitas, jaringan industri dan pangsa pasar sehingga produk olahan yang dihasilkan mampu dikenal sampai ke luar pulau Jawa yaitu salah satunya pulau Bali.

Analisis Daya Saing Berkelanjutan Agroindustri HOLA Juice

Penelitian ini mengidentifikasi daya saing berkelanjutan yang ada pada produk jus honje agroindustri HOLA Juice. Penelitian ini terfokus pada dimensi-dimensi serta indikator-indikator yang ada pada dimensi daya saing. Dimensi-dimensi tersebut adalah dimensi ekonomi, dimensi kualitas, dimensi fleksibilitas dan waktu penyampaian, persaingan, serta teknologi dan infrastruktur. Masing-masing dimensi memiliki indeks keberlanjutan yang berbeda dan memiliki indikator sensitif dalam setiap dimensinya. Nilai dari setiap dimensi daya saing dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Analisis Rap-Daya Saing Berkelanjutan

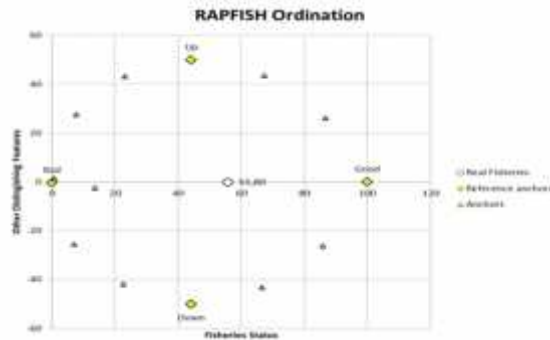
Berdasarkan nilai pada indeks berkelanjutan menurut Fauzi dan Anna, (2005), status pada masing masing dimensi, yaitu dimensi ekonomi, waktu penampaian, serta fleksibilitas dan persaingan dikatakan cukup berkelanjutan. Dimensi penyampaian kualitas serta teknologi dan infrastruktur dikatakan kurang berkelanjutan. Pada setiap dimensi memiliki indikator yang mempunyai nilai sensitifitas tinggi dan mempengaruhi nilai berkelanjutan setiap dimensi..

Dimensi Ekonomi

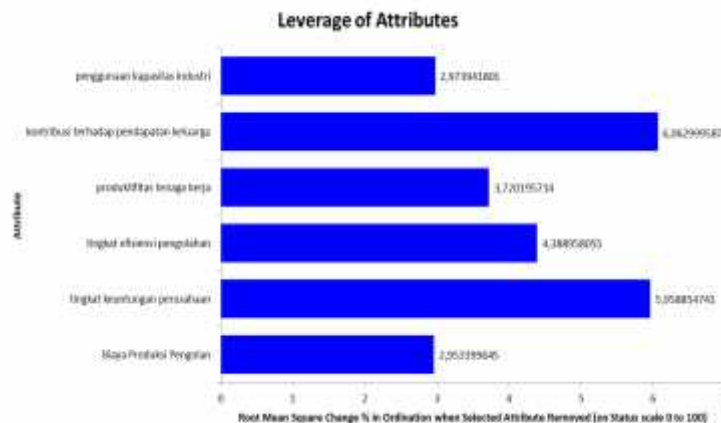
Indikator yang diperkirakan memberikan pengaruh tingkat berkelanjutan pada dimensi ekonomi yaitu, kontribusi terhadap pendapatan keluarga, biaya produksi pengolahan, tingkat efisiensi pengolahan, tingkat keuntungan

perusahaan, produktivitas tenaga kerja, dan penggunaan kapasitas industri. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *rapfish* diperoleh nilai untuk dimensi ekonomi sebesar 55,80. Berdasarkan klasifikasi kondisi atau status berkelanjutan maka kondisi ekonomi berada pada kondisi atau kategori cukup berkelanjutan.

Hasil analisis *lverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kontribusi terhadap pendapatan keluarga dan tingkat keuntungan perusahaan. Adapun nilai indeks berkelanjutan dan indikator yang sensitif hasil analisis MDS dan *lverage* dimensi ekonomi dapat dilihat pada Gambar 3 dan 4.



Gambar 3. Nilai Indeks Berkelanjutan Dimensi Ekonomi



Gambar 4. Analisis *Leverage* Dimensi Ekonomi

Munculnya indikator sensitif yang pertama adalah kontribusi terhadap pendapatan keluarga. Kontribusi terhadap pendapatan keluarga yang diperlihatkan menunjukkan bahwa kegiatan usaha agroindustri yang dilaksanakan memiliki peranan penting dalam kebutuhan ekonomi dalam keluarga. Dimana selama kegiatan usaha yang dilaksanakan selama 5 tahun merupakan sumber pendapatan utama. Tanggungan keluarga yang ditanggung oleh pelaku usaha yaitu sebanyak 3 orang dan mampu menanggung semua beban keluarga tersebut. Jika dipersentasikan, untuk kontribusi terhadap pendapatan

keluarga yaitu sebesar 80 %. Hal ini menunjukkan, bahwa kegiatan usaha yang dijalankan merupakan penopang bagi pemenuhan kebutuhan keluarga pelaku usaha.

Indikator sensitif yang kedua, yaitu tingkat keuntungan perusahaan, dimana dalam kegiatan usaha dengan menghitung biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diterima dihitung dalam produksi per botol, yaitu pengeluaran sebesar Rp 5.000,-/botol dan pendapatan yang diterima sebesar Rp 10.000,-/botol, sehingga untuk penerimaan bersih sebesar Rp 5.000,-/botol. Dengan dihitung berdasarkan R/C

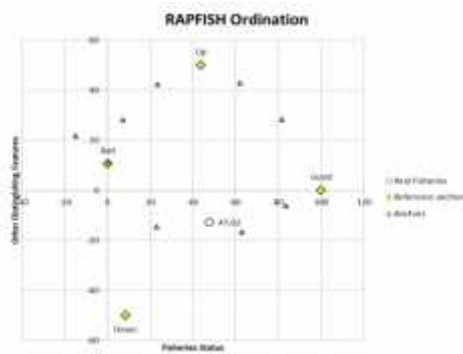
ratio yaitu $R/C > 1$, maka usaha tersebut dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk diusahakan.

Dimensi Kualitas

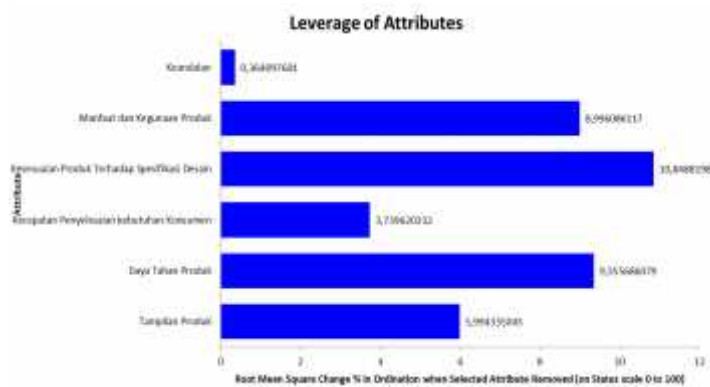
Indikator yang diperkirakan memberikan pengaruh tingkat berkelanjutan pada dimensi kualitas yaitu, kecepatan penyelesaian kebutuhan konsumen, tampilan produk, daya tahan produk, keandalan, kesesuaian produk dengan spesifikasi desain, dan manfaat dan kegunaan produk. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *rapfish*

diperoleh nilai untuk dimensi kualitas sebesar 47,62. Berdasarkan klasifikasi kondisi atau status berkelanjutan maka kondisi Kualitas berada pada kondisi atau kategori kurang berkelanjutan.

Hasil analisis *lverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kesesuaian produk dengan spesifikasi desain. Adapun nilai indeks berkelanjutan dan indikator yang sensitif hasil analisis MDS dan *lverage* dimensi kualitas dapat dilihat pada Gambar 5 dan 6.



Gambar 5. Nilai Indeks Berkelanjutan Dimensi Kualitas



Gambar 6. Analisis *Lverage* Dimensi Kualitas

Munculnya indikator sensitif adalah kesesuaian produk dengan spesifikasi

desain. Kesesuaian produk dengan spesifikasi desain yang dimiliki produk

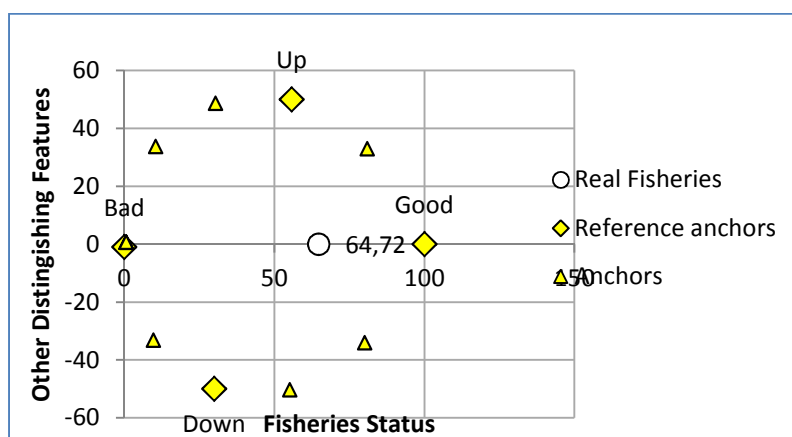
hola juice sangat baik dimana produk yang difokuskan pada segi manfaat dari produk jus honje itu sendiri, yaitu untuk menjaga stamina, menurunkan kolesterol, menurunkan darah tinggi dll. Disesuaikan dengan desain kemasan, dimana dalam kemasan itu sendiri ditampilkan manfaat dari jus honje serta izin BPOM yang di terbitkan, meskipun kemasan yang digunakan masih menggunakan kemasan botol plastik. Manfaat dari jus honje itu sendiri sudah melalui tahap uji serta izin BPOM sehingga manfaat dari jus honje tersebut sudah memiliki legalitas yang mampu dipertanggungjawabkan.

1.1.1. Dimensi Fleksibilitas dan Waktu Penyampaian

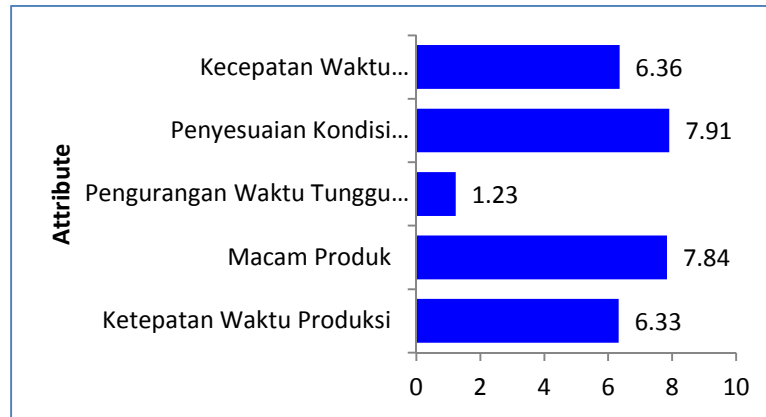
Indikator yang diperkirakan memberikan pengaruh tingkat berkelanjutan pada dimensi fleksibilitas dan waktu penyampaian yaitu, ketepatan

waktu produksi, macam produk, pengurangan waktu tunggu produksi, penyesuaian kondisi lingkungan, dan kecepatan waktu penyampaian produk. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *rapfish* diperoleh nilai untuk dimensi fleksibilitas dan waktu penyampaian sebesar 64,72. Berdasarkan klasifikasi kondisi atau status berkelanjutan maka kondisi fleksibilitas dan waktu penyampaian berada pada kondisi atau kategori cukup berkelanjutan.

Hasil analisis *laverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu penyesuaian kondisi lingkungan dan macam produk yang dihasilkan. Adapun nilai indeks berkelanjutan dan indikator yang sensitif hasil analisis MDS dan *laverage* dimensi fleksibilitas dan waktu penyampaian dapat dilihat pada Gambar 7 dan 8.



Gambar 7. Nilai Indeks Berkelanjutan Dimensi Fleksibilitas dan Waktu Penyampaian



Gambar 8. Analisis *Lverage* Dimensi Fleksibilitas dan Waktu Penyampaian

Munculnya indikator sensitif yang pertama adalah penyesuaian kondisi lingkungan. Penyesuaian kondisi lingkungan dimana seharusnya sebuah perusahaan industri maupun UMKM harus mampu menyesuaikan dengan kondisi lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Dimana ketika sebuah perusahaan mampu mengadaftasikan diri dengan kondisi lingkungannya merupakan perusahaan kokoh yang akan terus berkembang dan semakin besar. Dengan demikian kondisi lingkungan perusahaan merupakan suatu indikator yang perlu dipertimbangkan.

Hal itu sebenarnya sudah diupayakan oleh agroindustri HOLA Juice, dimana mampu berkolaborasi dengan kelembagaan pemerintah khususnya Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM Kabupaten Pangandaran serta menjadi pembina UMKM yang ada di daerah pangandaran serta upaya pengembangan UMKM yang

ada di daerah Kabupaten Pangandaran. Namun demikian, adaptasi lingkungan internal perusahaan pada upaya pengembangan perusahaan yang masih kurang dimana selama berdirinya perusahaan hanya dijalankan secara keluarga dan karyawan tidak tetap sebanyak 5 orang.

Indikator sensitif yang kedua yaitu indikator macam produk. Macam produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan menjadikan perusahaan semakin berkembang dan menciptakan ketertarikan terhadap berbagai macam produk yang dihasilkan. Macam produk yang dihasilkan yang beragam mampu mengurangi nilai jenuh permintaan konsumen terhadap produk yang dibeli.

Namun demikian produk yang dihasilkan oleh agroindustri HOLA Juice hanya mampu mengeluarkan 2 jenis produk yang berbeda tapi dengan segi rasa yang sama. Produk yang dihasilkan yaitu

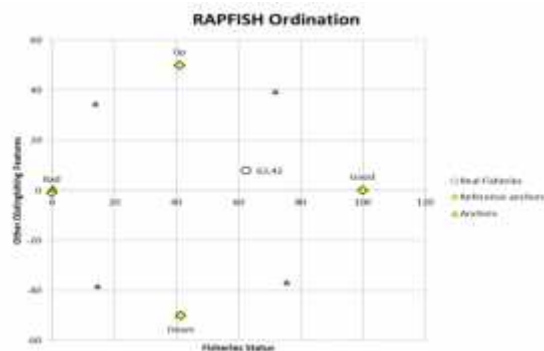
jus honje siap minum kemasan botol 330 ml dan sirup honje (dicampur air sebelum minum) kemasan botol 600 ml. Sehingga pada konsep permintaan dan penawaran akan menghasilkan nilai jenuh produk yang nantinya mengurangi permintaan dari konsumen HOLA Juice itu sendiri.

1.1.2. Dimensi Persaingan

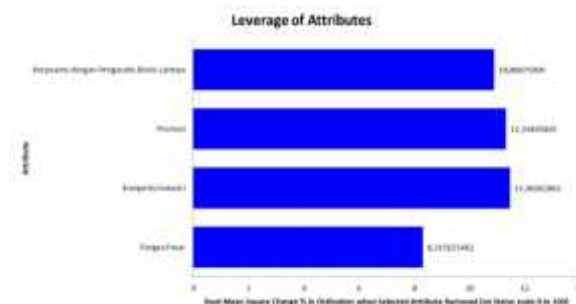
Indikator yang diperkirakan memberikan pengaruh tingkat berkelanjutan pada dimensi persaingan yaitu, kerjasama dengan bisnis lainnya, kompetisi industri, pangsa pasar, dan promosi. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *rappfish* diperoleh nilai untuk dimensi persaingan sebesar 62,42. Berdasarkan klasifikasi kondisi atau

status berkelanjutan maka kondisi persaingan berada pada kondisi atau kategori cukup berkelanjutan. Dengan demikian dalam persaingan industri jus honje masih sangat terbuka luas meskipun banyak usaha kecil yang mulai mempelajari mengenai usaha jus honje ini.

Namun demikian, hasil analisis *lverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kompetisi industri, promosi, dan kerjasama dengan pengusaha bisnis lainnya. Adapun nilai indeks berkelanjutan dan indikator yang sensitif hasil analisis MDS dan *lverage* dimensi fleksibilitas dan waktu penyampaian dapat dilihat pada gambar 9 dan 10.



Gambar 9. Nilai Indeks Berkelanjutan Dimensi Persaingan



Gambar 10. Analisis *Lverage* Dimensi Persaingan

Indikator sensitif yang ada pada dimensi persaingan yaitu kompetisi industri, promosi dan kerjasama dengan pengusaha bisnis lainnya. Indikator sensitif yang pertama yaitu kompetisi industri. Kompetisi industri yang ada pada usaha jus honje masih terbuka sangat luas, dimana menurut Buih Pangandaran (2018), pelaku usaha jus honje di kabupaten pangandaran hanya ada 3 pelaku usaha, yaitu di Kecamatan Cijulan, Kecamatan Mangunjaya, dan Kecamatan Parigi, serta pelaku usaha jus honje yang masih merintis dan hanya pelaku industri rumahan yang tidak mampu memproduksi secara berkelanjutan. Agroindustri HOLA Juice memiliki kompetisi industri yang sangat baik, meskipun bukan perintis dari adanya produk jus honje namun mampu unggul dari pelaku usaha serupa yang ada di daerah pangandaran dan mampu menjadi pembina untuk setiap pelaku usaha UMKM yang ada di Kabupaten Pangandaran.

Indikator sensitif yang kedua, yaitu promosi yang dilakukan oleh agroindustri HOLA Juice. Sunarto (2004) menyatakan bahwa promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelanjaan atau penjualan produk atau jasa, yang mana promosi penjualan ini mencakup suatu variasi yang luas dari alat-

alat promosi yang didesain untuk merangsang respons pasar yang lebih cepat, atau yang lebih kuat.

Kegiatan promosi yang dilakukan untuk menarik respon konsumen akan produk HOLA Juice sudah mampu dijalankan secara baik. Kegiatan promosi yang dilakukan diantaranya melalui beberapa kegiatan pameran-pameran serta media sosial dan penggunaan teknologi pemasaran produk (*online shop*). Dari kegiatan pameran yang dilaksanakan baik itu di daerah maupun luar kota sudah mampu menghasilkan pelanggan tetap serta mampu menimbulkan rasa penasaran akan produk jus honje baik dari segi manfaat dan keunikan produk, sehingga dari kegiatan tersebut yang terus dilakukan mampu bertambah secara terus menerus.

Indikator sensitif yang ketiga, yaitu kerjasama dengan pihak lain yang menunjang keberlangsungan usaha jus honje. Agroindustri HOLA Juice dalam menciptakan keberlangsungan bahan baku sudah mampu menciptakan mitra dengan petani honje dengan 3 petani honje sehingga mampu mengurangi resiko dari kurangnya ketersediaan bahan baku dan mampu menjaga kestabilan harga produk yang ditimbulkan akibat kurangnya bahan baku untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Honje sendiri untuk sekarang

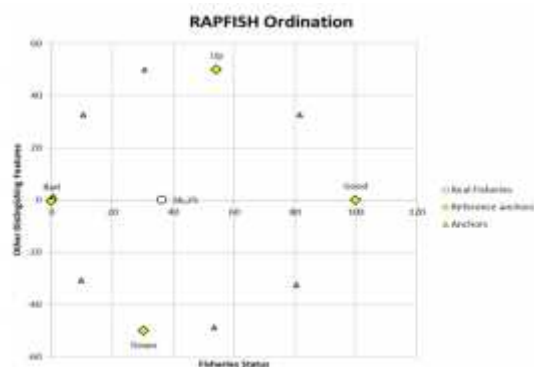
sudah mampu dibudidayakan dan bukan lagi tanaman hutan sehingga para petani mampu menjadi mitra bagi pelaku usaha jus honje. Kemudian, untuk kegiatan pendistribusian dan kegiatan paska produksi agroindustri HOLA Juice pelaku usaha bekerjasama dengan instansi pemerintah dimana jus honje dijadikan sebagai minuman khas Kabupaten Pangandaran sehingga dalam kegiatan-kegiatan persaingan wilayah, agroindustri HOLA Juice selalu menjadi perwakilan daerah Kabupaten Pangandaran. Hal ini, memberikan keuntungan bagi pelaku usaha maupun pemerintah, dimana masing-masing mampu menciptakan daya saing baik itu daya saing wilayah maupun daya saing produk jus honje itu sendiri.

1.1.3. Dimensi Teknologi dan Infrastruktur

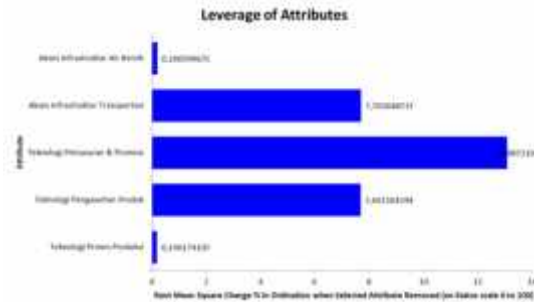
Indikator yang diperkirakan memberikan pengaruh tingkat

berkelanjutan pada dimensi teknologi dan infrastruktur yaitu, teknologi proses produksi, teknologi pengawetan produk teknologi pemasaran dan promosi, akses infrastruktur transportasi, serta akses infrastruktur air bersih. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan *rapfish* diperoleh nilai untuk dimensi teknologi dan infrastruktur sebesar 36,25. Berdasarkan klasifikasi kondisi atau status berkelanjutan maka kondisi teknologi dan infrastruktur berada pada kondisi atau kategori kurang berkelanjutan.

Hasil analisis *lverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu teknologi pemasaran dan promosi. Adapun nilai indeks berkelanjutan dan indikator yang sensitif hasil analisis MDS dan *lverage* dimensi teknologi dan infrastruktur dapat dilihat pada pada Gambar 11 dan 12.



Gambar 8. Nilai Indeks Berkelanjutan Dimensi Teknologi & Infrastruktur



Gambar 9. Analisis *Leverage* Dimensi Teknologi & Infrastruktur

Indikator teknologi pemasaran dan promosi menunjukkan nilai sensitif dan yang paling berpengaruh. Kegiatan pemasaran dan promosi yang dilakukan sudah menggunakan penerapan teknologi, dimana sudah melalui media sosial dan *online shop*, sehingga mampu mengurangi resiko dari faktor lokasi industri. Teknologi internet diklaim sebagai media komunikasi yang lebih baik karena keserbagunaannya dan superioritasnya dalam menargetkan konsumen (Shimp, 2010). Konsumen HOLA Juice sudah mampu melakukan *delifery order*, sehingga tidak perlu konsumen mengetahui lokasi usaha tetapi hanya perlu mengetahui akses lokasi website.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari Daya saing berkelanjutan yang ada pada produk jus honje agroindustri HOLA Juice. Yang berfokus

pada dimensi-dimensi serta indikator-indikator yang ada pada dimensi daya saing, yaitu sebagai berikut :

1. Nilai untuk dimensi ekonomi sebesar 55,80, yaitu berada pada kondisi atau kategori cukup berkelanjutan. Hasil analisis *leverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kontribusi terhadap pendapatan keluarga dan tingkat keuntungan perusahaan.
2. Nilai untuk dimensi kualitas sebesar 47,62, yaitu berada pada pada kondisi atau kategori kurang berkelanjutan. Hasil analisis *leverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kesesuaian produk dengan spesifikasi desain
3. Nilai untuk dimensi fleksibilitas dan waktu penyampaian sebesar 64,72, yaitu berada pada kondisi atau kategori cukup berkelanjutan. Hasil analisis *leverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu penyesuaian

kondisi lingkungan dan macam produk yang dihasilkan.

4. Nilai untuk dimensi persaingan sebesar 62,42, yaitu berada pada kondisi atau kategori cukup berkelanjutan. Dengan demikian dalam persaingan industri jus honje masih sangat terbuka luas meskipun banyak usaha kecil yang mulai mempelajari mengenai usaha jus honje ini. Hasil analisis *lverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu kompetisi industri, promosi, dan kerjasama dengan pengusaha bisnis lainnya.
5. Nilai untuk dimensi teknologi dan infrastruktur sebesar 36,25, yaitu berada pada kondisi atau kategori kurang berkelanjutan. Hasil analisis *lverage* diperoleh indikator yang sensitif terhadap nilai indeks berkelanjutan, yaitu teknologi pemasaran dan promosi.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat diajukan, yaitu perlu adanya upaya peningkatan dalam pengelolaan diantaranya :

1. Upaya peningkatan pada dimensi-dimensi yang masih memiliki nilai indeks kurang berkelanjutan, yaitu

pada dimensi kualitas serta dimensi teknologi dan akses infrastruktur. Terutama pada dimensi teknologi dan akses infrastruktur yang memiliki indeks paling rendah.

2. Daya saing wilayah yang timbul dari daya saing produk wilayah khususnya kabupaten Pangandaraan perlu adanya upaya mempertahankan daya saing tersebut, berupa kerjasama antara pemerintah daerah dan pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). 2014. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019*. Jakarta.
- BPS Indonesia. 2019. *Tujuan Pembangunan Berkelanjutan*. dari https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=4
- Buih Pangandaran. 2017. *Jus Honje Minuman Khas Kabupaten Pangandaran*. Dari <http://buihpangandaran.blogspot.com/2017/07/jus-honje-minuman-khas-kabupaten.html?=1>
- Fauzi, A. Anna, S. 2002. *Evaluasi Status Keberlanjutan pembangunan Perikanan: Aplikasi Pendekatan Rappfish (Studi Kasus Perairan Pesisir DKI Jakarta)*. Pesisir dan Lautan 4(3).
- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta : Penerbit Uniersitas Indonesia.
- Muhardi. 2007. *Strategi Operasi : Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Shimp, Terence A. 2010. *Advertising Promotion And Other Aspects Of Interated Marketing Communication 8th Edition*. Canada : Nelson education, Ltd.

Sukmadinata, N.S. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan. Bandung* : Remaja Rosdakarya.

Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

Yustika, A.E. 2000. *Industrialisasi Pinggiran*. Pustaka Pelajar (Anggota IKAPI). Yogyakarta