

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, DAN KERANGKA PEMIKIRAN

3.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Industri Rotan

A. Industri

Sektor industri yang menggunakan hasil pertanian sebagai bahan dasar, merancang, serta menyediakan peralatan dan fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan di sektor ini disebut agroindustri. Istilah agroindustri berasal dari gabungan kata *agricultural* (pertanian) dan *industry* (industri) (Arifin, 2016). Agroindustri melibatkan berbagai kegiatan industri yang berhubungan dengan pengolahan hasil pertanian dan sering kali disamakan dengan perusahaan yang terlibat dalam proses tersebut. Penyederhanaan ini, yang menyamakan industri dengan perusahaan, dapat membatasi pemahaman kita tentang kompleksitas agroindustri yang mencakup banyak tahapan, mulai dari produksi bahan baku hingga distribusi produk (Kalykova *et al.*, 2018).

Industri pada dasarnya merujuk pada perusahaan yang terlibat dalam kegiatan ekonomi yang termasuk dalam sektor sekunder (Sukirno, 2014). Sektor sekunder ini melibatkan pengolahan bahan mentah menjadi produk yang lebih bernilai dan siap digunakan oleh konsumen. Dalam konteks ini, istilah industri lebih spesifik menggambarkan industri pengolahan, yaitu kegiatan ekonomi yang mengubah barang dasar, baik secara mekanis, kimia, atau manual, menjadi produk yang siap digunakan. Tujuan dari proses ini adalah untuk meningkatkan nilai barang, mengubah sesuatu yang awalnya bernilai rendah menjadi produk yang lebih berharga dan lebih bermanfaat bagi konsumen akhir (Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa agroindustri merujuk pada sektor industri pengolahan yang menghasilkan berbagai produk yang berasal dari hasil pertanian, kehutanan, perikanan, perkebunan, dan peternakan. Kegiatan ini memiliki potensi untuk menambah nilai pada produk yang dihasilkan. Dengan harapan, industri mampu berperan dalam memacu pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional.

Pembangunan dan optimalisasi sektor industri perlu diarahkan pada upaya meningkatkan ekspor yang memenuhi kebutuhan dalam negeri, memperluas lapangan kerja, serta mendukung pertumbuhan industri dengan diiringi penguatan daya saing produk lokal, inovasi teknologi, dan pengembangan sumber daya manusia (Mogi & Lativa, 2023). Pengembangan industri perlu diintegrasikan dan tidak membedakan antara skala industri, baik kecil, menengah, maupun besar. Industri dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, berdasarkan tenaga kerja yang digunakan dan nilai investasi yang dimiliki.

1) Industri berdasarkan tenaga kerja

Perusahaan industri menurut Badan Pusat Statistik Kota Makassar (2023) diklasifikasikan menjadi empat kategori, yaitu:

- a. Industri besar: Memiliki jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih.
- b. Industri sedang: Memiliki jumlah tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang.
- c. Industri kecil: Memiliki jumlah tenaga kerja antara 5 hingga 19 orang.
- d. Industri rumah tangga: Memiliki jumlah tenaga kerja antara 1 hingga 4 orang

2) Industri berdasarkan nilai investasi

Kegiatan usaha industri menurut Kementerian Perindustrian (2016) dibedakan berdasarkan nilai investasi, yaitu:

- a. Industri kecil: Merupakan industri dengan nilai investasi dibawah Rp1.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Industri menengah: Merupakan industri dengan nilai investasi antara Rp1.000.000.000,00 hingga Rp15.000.000.000,00.
- c. Industri besar: Merupakan industri dengan nilai investasi diatas Rp15.000.000.000,00.

B. Rotan

1) Karakteristik Rotan

Tanaman rotan umumnya tumbuh berkelompok dan tersebar di wilayah perbukitan serta pegunungan pada ketinggian 300 hingga 1.000 meter di atas permukaan laut. Dalam habitat alaminya, rotan awalnya menjalar di permukaan tanah sebelum berkembang menjadi tanaman yang merambat dan melilit pohon di sekitarnya. Batang rotan memiliki bongkol di pangkal dan tumbuh tegak hingga

mencapai tinggi sekitar 2 sampai 2,5 meter sebelum membentuk lengkungan. Batang rotan memiliki ruas-ruas dengan panjang 15 hingga 30 cm dan diameter 2 hingga 8 cm. Pada tahap awal pertumbuhan, batang rotan berwarna hijau, lalu menguning saat tanaman mencapai kematangan dan siap dipanen. Namun, beberapa jenis rotan tetap berwarna hijau meskipun sudah matang (Rahajeng, 2013).

2) Taksonomi Rotan

Dalam ilmu taksonomi tumbuhan, rotan diklasifikasikan menurut Kalima & Prameswari (2017) sebagai berikut:

Kingdom	: Plantae
Divisi	: Spermatophyta
Kelas	: Angiospermae
Anak Kelas	: Monocotyledoneae
Bangsa	: Arecales
Suku	: Areceae
Anak suku	: Calamoideae
Tribus	: Calameae
Marga	: <i>Calamus</i> / <i>Daemonorops</i>
Spesies	: <i>Calamus</i> spp. dan <i>Daemonorops</i> spp.

3) Jenis-Jenis Rotan

Di hutan Indonesia, terdapat lebih dari 300 jenis rotan yang tumbuh secara alami. Namun, hanya sekitar 20 jenis rotan yang memiliki potensi untuk dimanfaatkan sebagai bahan baku industri. Dari jumlah tersebut, hanya 6 jenis yang biasanya diekspor ke berbagai negara, yaitu rotan batang, lambang, umbul, tohiti, susu dan merah. Selain itu, ada beberapa jenis rotan lain yang sering digunakan sebagai bahan baku industri rotan dan juga memiliki peluang untuk diekspor, seperti rotan manau, tabu-tabu, suti, pahit, kubu, lacak, slimit, cacing, semambu dan pulut (Rahajeng, 2013).

C. Perkembangan Industri Rotan

1) Industri Rotan di Indonesia

Indonesia merupakan produsen terbesar bahan baku rotan di dunia, dengan sekitar 80 persen berasal dari berbagai wilayah di Indonesia, sementara sisanya, 20 persen, dipasok oleh negara-negara Asia lainnya. Pulau-pulau seperti Kalimantan, Sumatera, Sulawesi dan Papua menjadi sumber utama bahan baku rotan, dengan total produksi mencapai sekitar 622.000 ton per tahun. Industri

rotan tersebar di berbagai wilayah, terutama di daerah Cirebon dan sekitarnya. Pada periode 2001 hingga 2004, subsektor industri pengolahan rotan di Cirebon mengalami pertumbuhan dalam hal jumlah industri, tingkat produksi, nilai ekspor, dan penyerapan tenaga kerja. Namun, setelah itu, terjadi penurunan signifikan pada industri rotan dari tahun 2005 hingga 2006.

Pada periode 2003 hingga 2006, industri pengolahan rotan tumbuh dengan rata-rata sebesar 0,38 persen per tahun. Meskipun demikian, volume ekspor rotan olahan mengalami penurunan sebesar -3,63 persen per tahun, sementara nilainya mengalami peningkatan sebesar 3,58 persen per tahun. Hal ini menunjukkan adanya kenaikan harga jual per unit produk olahan rotan untuk ekspor. Disisi lain, volume impor mengalami pertumbuhan rata-rata sebesar 50,92 persen per tahun, = dengan peningkatan nilai sebesar 38,43 persen per tahun.

Sejak tahun 1986, larangan ekspor bahan baku rotan yang diberlakukan melalui SK Menteri Perdagangan No. 274/KP/X/1986 telah memicu perkembangan pesat industri pengolahan rotan di Indonesia. Dampak kebijakan ini terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan pengolahan rotan yang tumbuh pesat, dari hanya 20 perusahaan menjadi 300 perusahaan. Namun, pada tahun 2005, setelah diterbitkannya regulasi baru mengenai ekspor rotan, perkembangan industri rotan nasional mengalami hambatan signifikan. Kebijakan baru ini berdampak negatif terhadap industri rotan, menyebabkan peningkatan angka pengangguran, penurunan kontribusi industri rotan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dan berkurangnya devisa negara (Kementerian Perindustrian, 2007).

2) Industri Rotan di Cirebon

Industri rotan di Kabupaten Cirebon mengalami perkembangan pesat sejak akhir abad ke-19 hingga awal abad ke-20. Perkembangan ini dimulai dengan pendirian pabrik rotan pertama yang mengubah pengrajin lokal dari usaha rumahan menjadi bagian dari pabrik-pabrik kecil yang memproduksi furnitur untuk pasar lokal dan kemudian berkembang ke tahap ekspor. Pada pertengahan abad ke-20, teknologi modern mulai diadopsi untuk meningkatkan produksi dan kualitas, serta adanya kolaborasi dengan desainer untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan sesuai tren global.

Pada era 1980-an dan 1990-an, pemerintah Indonesia mulai memberikan perhatian terhadap industri ini melalui kebijakan, dukungan promosi, serta pembentukan asosiasi untuk membantu para pengusaha rotan. Pada akhir abad ke-20, industri rotan Cirebon mencapai puncaknya, dengan ekspor yang tinggi ke berbagai negara, serta diversifikasi produk dari furnitur menjadi kerajinan tangan. Memasuki abad ke-21, industri ini menghadapi berbagai tantangan, seperti krisis ekonomi global dan persaingan internasional. Meskipun demikian, banyak pabrik yang berhasil beradaptasi dengan inovasi dan fokus pada produk premium. Saat ini, industri rotan Cirebon menunjukkan tanda-tanda kebangkitan, didukung oleh kebijakan pemerintah dan meningkatnya permintaan global untuk produk berkelanjutan, yang memberikan prospek cerah bagi masa depan industri ini (Rattan Store, 2024).

2.1.2 Konsep Daya Saing

Persaingan yang terus berkembang secara global setiap tahun menuntut setiap industri untuk meningkatkan daya saingnya. Menurut Porter (1990), tujuan utama perekonomian suatu negara adalah untuk meningkatkan standar hidup yang tinggi bagi warganya. Guna mencapai hal tersebut, kemampuan suatu negara tidak hanya bergantung pada bentuk daya saing, tetapi lebih pada produktivitas yang dimilikinya. Produktivitas yang tinggi dapat dicapai melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia, seperti tenaga kerja dan modal, secara efektif dan efisien.

Konsep daya saing didasarkan pada teori keunggulan komparatif yang diperkenalkan oleh ilmuwan Inggris bernama David Ricardo pada abad ke-19. Teori ini menjelaskan bahwa sebuah negara bisa mendapatkan keuntungan terbesar dalam perdagangan internasional dengan cara memfokuskan diri pada produksi barang yang paling menguntungkan dan dibutuhkan. Keunggulan komparatif terjadi ketika suatu negara mampu memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan negara lain, meskipun negara tersebut tidak memiliki keunggulan absolut dalam semua barang. Dengan kata lain, meskipun suatu negara mungkin tidak unggul dalam semua aspek produksi, ia tetap dapat meraih manfaat dari perdagangan internasional dengan fokus pada barang yang dapat diproduksi secara lebih efisien dibandingkan dengan negara lain (Matondang *et al.*, 2024).

Konsep daya saing mencakup dua aspek utama, yaitu keunggulan komparatif dan kompetitif. Keunggulan komparatif berkaitan dengan kelayakan ekonomi yang menilai manfaat suatu aktivitas ekonomi bagi masyarakat secara keseluruhan. Sementara itu, keunggulan kompetitif berkaitan dengan kelayakan finansial yang menilai manfaat proyek atau aktivitas ekonomi dari persepektif lembaga atau individu yang terlibat (Wibisono *et al.*, 2019).

Selain keunggulan komparatif, istilah lain yang sering digunakan untuk mendefinisikan sebuah keunggulan adalah keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Keunggulan kompetitif secara sederhana menunjukkan kemampuan suatu daerah memasarkan produknya ke luar daerah dalam suatu negara maupun ke luar negeri (pasar global) secara menguntungkan. Konsep keunggulan kompetitif membandingkan potensi suatu produk dalam suatu negara terhadap semua produk negara lain dalam pasar global dan tidak mempertimbangkan komparasi produk yang sama di suatu negara dengan negara lainnya (Wibisono *et al.*, 2019).

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola usahanya dengan metode yang lebih unggul daripada pesaingnya. Perusahaan yang secara berkelanjutan memperbaharui dan meningkatkan keunggulan bisnisnya memiliki potensi besar untuk bertahan dan berkembang dalam industri yang kompetitif. Keunggulan ini dapat dicapai melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, efisiensi operasional, serta strategi pemasaran yang efektif (Nainggolan, 2018).

Langkah awal yang dapat diambil perusahaan dalam menganalisis pesaing adalah mengidentifikasi pesaing utama dan menilai tujuan, strategi, kekuatan, serta kelemahan yang dimiliki pesaing. Analisis ini memungkinkan perusahaan untuk memahami posisi pesaing di pasar dan mengidentifikasi peluang serta ancaman yang mungkin dihadapi. Selain itu, dalam proses ini, menjalin dan mengelola hubungan jangka panjang dengan konsumen menjadi hal yang penting, karena hubungan yang kuat dengan konsumen dapat menjadi keunggulan tersendiri dalam persaingan (Suharyati *et al.*, 2021).

Keberhasilan kompetitif sebuah perusahaan nasional menurut Porter (1990), tidak hanya ditentukan oleh keberadaannya di pasar, tetapi juga oleh

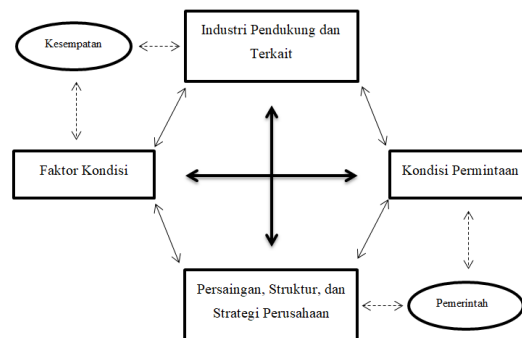
kemampuannya untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Hal ini dapat dicapai melalui dua strategi utama, yaitu pengurangan biaya dan diferensiasi produk. Dengan menggabungkan kedua pendekatan ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan pada produk atau layanan mereka. Strategi ini, pada akhirnya, memperkuat daya saing perusahaan di pasar global dan membuka peluang untuk mendominasi pasar yang lebih luas

Daya saing perusahaan secara substansial dipengaruhi oleh lingkungan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Pemahaman terhadap karakteristik lingkungan berperan penting dalam menentukan kelangsungan operasional dan pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Daya saing usaha sangat dipengaruhi oleh dinamika perubahan dalam lingkungan industri. Intensitas persaingan dalam industri ditentukan oleh lima kekuatan persaingan yang digunakan sebagai indikator menentukan laba akhir perusahaan (Porter, 1990). Berikut adalah penjelasan mengenai lima kekuatan persaingan tersebut:

- 1) Persaingan antarperusahaan dalam industri yang sama, dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tingkat pertumbuhan industri, karakteristik produk atau jasa, biaya tetap, diferensiasi produk, identitas merek, biaya peralihan, konsentrasi wilayah pesaing, keragaman pesaing, kompleksitas informasi, dan hambatan eksternal.
- 2) Daya tawar pemasok, yaitu kemampuan pemasok mempengaruhi perusahaan melalui harga, kapasitas, dan kualitas produk. Faktor penentu meliputi diferensiasi masukan, biaya peralihan, adanya masukan pengganti, konsentrasi pemasok, pentingnya volume, dampak masukan pada biaya atau diferensiasi, serta ancaman integrasi ke depan atau ke belakang.
- 3) Daya tawar pembeli, dipengaruhi oleh: a) faktor posisi seperti konsentrasi pembeli, volume, biaya peralihan, informasi, dan kemampuan integrasi ke belakang, serta b) faktor kepekaan harga seperti total harga pembelian, diferensiasi produk, identitas merek, dampak pada mutu, laba, dan insentif keputusan.
- 4) Masuknya produk substitusi, dipengaruhi oleh kinerja harga relatif, biaya peralihan, dan kecenderungan pembeli terhadap produk pengganti.

5) Ancaman pesaing baru, yang berdampak pada peningkatan kapasitas, perebutan pangsa pasar, dan persaingan sumber daya produksi yang terbatas.

Dalam studi kasus yang dilakukan oleh Porter terhadap seratus perusahaan di sepuluh negara maju, Porter mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan suatu negara untuk secara berkelanjutan menciptakan nilai tambah melalui aktivitas perusahaan dan mempertahankan tingkat kualitas hidup yang tinggi bagi penduduknya. Konsep ini dikenal dengan *Diamond of Competitive Advantage*, yang meliputi kondisi faktor, kondisi permintaan, industri pendukung dan terkait, dan persaingan, struktur, dan strategi perusahaan (Sahabuddin, 2016). Faktor-faktor tersebut memainkan peran penting dalam membentuk lingkungan di mana perusahaan-perusahaan lokal bersaing untuk mencapai keunggulan kompetitif. Selain itu, Porter juga menambahkan dua variabel eksternal yang berkontribusi terhadap daya saing suatu negara, yaitu peran kesempatan dan peran pemerintah (Saptana & Daryanto, 2013).



Gambar 1. Porter Diamond Model

2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing

Beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

A. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia mencakup semua individu yang berkontribusi dalam perusahaan, baik melalui ide maupun tindakan, untuk mencapai tujuan bersama (Asriyanti *et al.*, 2024). Manusia merupakan faktor penting dalam kemajuan perusahaan, memainkan peran penting dalam menyelesaikan masalah, dan meningkatkan kualitas hidup, yang pada gilirannya berdampak positif pada pembangunan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan daya saing usaha (Maulidia *et al.*, 2020). Pengembangan sumber daya manusia berfokus pada

peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap anggota perusahaan, serta menciptakan peluang karir yang fleksibel untuk mencapai target perusahaan. Tujuan pengelolaan sumber daya dapat bervariasi sesuai dengan tahap perkembangan perusahaan (Bukit *et al.*, 2017).

Setiap individu memiliki keunikan yang mempengaruhi perilakunya dalam suatu perusahaan. Menurut Gani *et al.* (2020), perbedaan antar individu dalam perusahaan dapat terlihat dalam berbagai aspek:

- 1) Perbedaan terhadap risiko: Beberapa orang cenderung berani mengambil risiko, sementara yang lain lebih berhati-hati dan menghindari risiko.
- 2) Kedisiplinan diri: Ada individu yang dapat bekerja dengan baik tanpa pengawasan ketat, sementara yang lain mungkin memerlukan pengawasan lebih untuk tetap disiplin.
- 3) Kemampuan beradaptasi: Beberapa orang mudah beradaptasi dan mau berubah, sementara yang lain mungkin mengalami kesulitan dalam beradaptasi dan lebih suka tetap pada kebiasaan mereka.

Menurut Gani *et al.* (2020), terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku individu:

- 1) Karakteristik Biografi

Biografi adalah riwayat lengkap kehidupan seseorang dari kecil hingga tua. Karakteristik biografi mencakup umur, jenis kelamin, status perkawinan, dan masa kerja.

- a. Umur: Pekerja lanjut usia memiliki pengalaman, pertimbangan yang lebih matang, etika kerja yang kuat, dan komitmen terhadap mutu, meskipun ada persepsi negatif terkait kesehatan dan resistensi terhadap teknologi baru. Namun, umur tidak secara signifikan mempengaruhi produktivitas.
- b. Jenis Kelamin: Tidak ada bukti bahwa jenis kelamin mempengaruhi produktivitas atau kepuasan kerja, meskipun wanita cenderung memiliki angka ketidakhadiran lebih tinggi.
- c. Status Perkawinan: Karyawan yang sudah menikah cenderung memiliki kemangkiran dan pergantian kerja yang lebih rendah, serta kepuasan kerja lebih tinggi dibandingkan yang belum menikah.

d. Masa Kerja: Masa kerja berkaitan positif dengan stabilitas pekerjaan, kepuasan kerja, dan rendahnya tingkat pergantian pekerjaan.

2) Kemampuan dan Keterampilan

Kemampuan dan keterampilan berpengaruh signifikan terhadap perilaku dan kinerja individu. Kemampuan merujuk pada bakat alami untuk menyelesaikan tugas fisik atau mental, sementara keterampilan adalah kemampuan yang diperoleh melalui pembelajaran untuk melakukan tugas tersebut. Kemampuan ini dapat digunakan untuk membedakan antara karyawan dengan kinerja tinggi dan yang berkinerja rendah. Ketidaksiesuaian antara pekerjaan dan kemampuan individu dapat berdampak negatif pada kinerja. Jika kemampuan tidak sesuai dengan tuntutan pekerjaan, hal ini dapat mengakibatkan kinerja yang buruk. Sebaliknya, jika kemampuan seseorang melebihi kebutuhan pekerjaan, hal itu bisa menyebabkan inefisiensi bagi perusahaan dan ketidakpuasan karyawan tersebut.

3) Pembelajaran

Pembelajaran merupakan suatu perubahan perilaku yang terjadi sebagai akibat dari pengalaman pribadi. Inti dari pembelajaran adalah perubahan yang diperoleh dari pengalaman pribadi yang relatif menetap dalam perilaku. Pembelajaran merupakan proses penting dalam perkembangan individu karena memainkan berkontribusi pada peningkatan pengetahuan, inovasi, dan kemajuan dalam kehidupannya.

B. Modal

Konsep modal menurut Wardhani & Agustina (2015) menekankan pada peran dana dalam operasional perusahaan dengan tujuan untuk menghasilkan pendapatan. Modal, dalam konteks bisnis menurut Sulindawati *et al.* (2017) terbagi menjadi modal kerja dan modal tetap. Modal tetap melibatkan investasi dalam aset yang terikat dalam jangka panjang untuk mendukung operasional perusahaan, sedangkan modal kerja mengacu pada dana yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan operasional rutin dalam jangka pendek.

Modal kerja adalah satu faktor yang diperhitungkan dalam efektivitas operasional suatu perusahaan. Modal kerja merujuk pada sirkulasi dana yang berkelanjutan di dalam perusahaan, di mana setiap putaran modal menghasilkan pendapatan yang mendukung keberlangsungan usaha. Modal kerja digunakan

secara langsung dan terus-menerus untuk operasional perusahaan, dengan tujuan meraih keuntungan. Oleh karena itu, efektivitas pengelolaan modal kerja sangat mempengaruhi daya saing produk dan memerlukan kebijakan yang cermat dalam penggunaannya (Budita, 2014).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa modal merupakan kekayaan yang digunakan untuk membiayai produksi barang, menghasilkan pendapatan atau sebagai nilai yang diinvestasikan dengan tujuan memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Modal adalah elemen yang sangat penting dalam mendirikan dan mengembangkan suatu usaha. Namun, banyak pengusaha yang mengalami kendala pada permodalan, yang dapat mengakibatkan terganggunya aktivitas produksi dan operasional perusahaan.

Modal suatu perusahaan dapat berasal dari dua sumber utama, yaitu modal sendiri dan modal pinjaman. Sumber modal, menurut Alma (2016) dapat berasal dari berbagai sumber, yaitu:

- 1) Permodalan sendiri (internal) adalah sumber modal dari pemilik perusahaan atau entitas itu sendiri, seperti tabungan pribadi, keuntungan yang diinvestasikan kembali, atau kontribusi mitra bisnis. Modal ini bersifat permanen, stabil, dan tidak memerlukan pembayaran bunga atau cicilan.
- 2) Permodalan asing (eksternal) merupakan sumber modal dari pihak di luar perusahaan, seperti lembaga keuangan formal atau informal, dan biasanya berupa pinjaman jangka pendek ataupun panjang. Meskipun modal pinjaman dapat menyediakan dana yang signifikan untuk ekspansi atau proyek besar, ini juga menimbulkan kewajiban untuk membayar kembali dengan bunga, yang dapat mempengaruhi arus kas dan profitabilitas perusahaan.

C. Pemasaran

Pemasaran adalah proses dinamis yang melibatkan banyak pihak, baik individu maupun kelompok, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Proses ini mencakup serangkaian aktivitas, mulai dari penciptaan, penawaran, hingga pertukaran produk yang memiliki nilai, tidak hanya bagi konsumen, tetapi juga bagi pihak yang terlibat. Dalam konteks ini, pemasaran tidak hanya fokus pada produk, tetapi juga berorientasi pada inovasi, analisis

pasar, dan pengembangan strategi yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Keunggulan ini menjadi kunci bagi bisnis untuk menonjol di pasar yang semakin kompetitif, memastikan keberlanjutan operasional, dan mendukung pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang (Mevita & Suprihadi, 2013).

Pemasaran merupakan fungsi penting bagi perusahaan karena berperan sebagai jembatan penghubung antara perusahaan dan konsumen. Hubungan ini sangat penting dalam dunia bisnis, karena permintaan konsumen menjadi kunci keberlangsungan perusahaan. Permintaan tersebut mempengaruhi seluruh rantai pasok perusahaan dan mendorong perusahaan untuk berfokus pada produksi barang yang sesuai dengan kebutuhan serta preferensi konsumen. Ketika konsumen menunjukkan minat terhadap suatu produk, perusahaan harus responsif dengan menyesuaikan strategi produksi, distribusi, dan pemasaran untuk memenuhi harapan tersebut. Dalam proses pembelian, konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor, terutama kualitas dan harga produk yang ditawarkan (Molamohamadi *et al.*, 2013).

Konsumen yang berpengalaman dan memiliki permintaan khusus berperan penting dalam mendorong perusahaan untuk mencapai standar kualitas yang tinggi. Ketika harapan konsumen meningkat, perusahaan dituntut untuk melakukan perbaikan, inovasi, dan pembaruan produk agar dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan spesifik di segmen pasar (Rustian & Widiastuti, 2020). Konsumen yang kritis, yang dikenal sebagai “*sophisticated* dan *demanding buyers*”, memberikan umpan balik mengenai kualitas produk dan layanan yang mereka harapkan. Umpan balik ini mendorong produsen lokal untuk memenuhi standar yang diinginkan serta menjaga efisiensi, meningkatkan produktivitas, dan mengoptimalkan sistem distribusi. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya dapat mempertahankan kepuasan konsumen, tetapi juga meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Saptana & Daryanto, 2013).

Kondisi pasar domestik mencerminkan permintaan konsumen terhadap produk dan layanan yang dihasilkan oleh produsen lokal. Salah satu pengaruh utama permintaan domestik terhadap daya saing adalah kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memenuhi karakteristik kebutuhan konsumen, termasuk preferensi, perilaku, dan harapan unik di pasar tersebut (Saptana &

Daryanto, 2013). Selain itu, permintaan dari pasar regional juga dapat mendorong perusahaan untuk berinovasi demi mencapai keunggulan daya saing yang lebih baik (Porter, 1990).

Perusahaan perlu merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih tujuan bisnis. Salah satu strategi yang umum digunakan adalah bauran pemasaran, yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memperkenalkan produk barang dan jasa, serta mendorong konsumen untuk membeli dan membentuk preferensi terhadap citra produk tertentu. Elemen-elemen dalam bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan tempat, memiliki peranan penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Dalam situasi persaingan yang intens, penetapan harga yang tepat dan promosi penjualan menjadi sangat penting untuk membangun komitmen dan loyalitas konsumen (Selang, 2013).

- 1) *Product*: Produk merujuk pada segala sesuatu yang disediakan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen, baik berupa barang maupun jasa yang memiliki nilai guna dan sedang dibutuhkan oleh konsumen. Kualitas produk penting untuk kepuasan konsumen dan berkaitan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Mevita & Suprihhadi, 2013).
- 2) *Price*: Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa yang dijual. Harga sudah menjadi aspek yang tidak kalah penting. Maka, penentuannya butuh pertimbangan yang matang (Tenda *et al.*, 2022).
- 3) *Place*: Tempat atau lokasi memainkan peran penting dalam keberhasilan perusahaan, karena berhubungan langsung dengan pasar yang potensial (Tenda *et al.*, 2022). Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi menurut Selang (2013), meliputi aksesibilitas, visibilitas, lalu lintas, ketersediaan parkir, kemungkinan ekspansi, kondisi lingkungan, tingkat persaingan, dan regulasi pemerintah.
- 4) *Promotion*: Promosi menurut Mevita & Suprihhadi (2013) adalah bagian penting dari pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen, mempengaruhi atau membujuk mereka, serta mengingatkan agar mau menerima, membeli, dan loyal terhadap produk

yang ditawarkan oleh perusahaan. Bentuk-bentuk promosi berupa periklanan, *personal selling*, publisitas, dan promosi penjualan.

- 5) *Process*: Proses merujuk pada serangkaian kegiatan yang menggambarkan bagaimana layanan diberikan kepada konsumen saat mereka membeli barang, mencakup berbagai aktivitas dan kinerja yang melibatkan prosedur, tugas, rencana kerja, dan mekanisme (Diniaty & Agusrinal, 2014).
- 6) *People*: Orang dalam konteks ini mencakup seluruh sumber daya manusia yang terlibat dalam aktivitas penjualan dan layanan, termasuk karyawan dan tim bisnis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Peran mereka sangat penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen melalui pelayanan yang optimal, mengingat setiap individu memiliki kecenderungan berbeda dalam mengelola bisnis, aspek ini perlu mendapat perhatian khusus (Diniaty & Agusrinal, 2014; Tenda *et al.*, 2022)
- 7) *Physical Evidence* (Fasilitas Pendukung secara Fisik): Lingkungan fisik merujuk pada elemen-elemen yang membentuk suasana dan kondisi tempat transaksi penjualan serta layanan konsumen berlangsung. Hal ini mencakup semua perangkat pendukung yang digunakan dalam menjalankan bisnis, terutama pada skala besar, di mana kebutuhan perangkat menjadi lebih banyak dan kompleks sesuai dengan fungsinya. Lingkungan fisik ini berperan penting dalam mempengaruhi pengalaman konsumen (Diniaty & Agusrinal, 2014; Tenda *et al.*, 2022).

D. Daya Saing

Dalam penelitian ini, konsep yang digunakan mengacu pada *Porter Diamond Model*. Model ini adalah alat yang berguna untuk menganalisis keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Berikut adalah penjelasan mengenai karakteristik dari *Porter Diamond Model*:

1) Kondisi faktor (*factor conditions*)

Kondisi faktor merujuk pada input yang digunakan dalam operasional produksi serta infrastruktur yang dibutuhkan untuk bersaing dalam suatu industri. Esensi dari kondisi faktor terletak pada penciptaan dan inovasi (Prayoga, 2019). Kondisi faktor menurut Porter (1990) dibedakan antara faktor dasar dan faktor lanjutan. Faktor dasar terdiri dari sumber daya alam, iklim, lokasi, tenaga kerja,

dan modal, sedangkan faktor lanjutan yaitu faktor-faktor yang dapat dibuat atau diciptakan. Adapun komponen kondisi faktor meliputi:

a. Sumber Daya Alam

Indonesia memiliki potensi besar dalam memasok kebutuhan rotan dunia. Namun, produktivitas dan kualitas kerajinan rotan di Indonesia belum sejalan dengan potensi besar tersebut, karena sebagian besar bahan baku rotan masih berasal dari rotan alami yang diambil langsung dari hutan dan diolah dengan teknologi yang masih terbilang sederhana (Setyawan *et al.*, 2016).

b. Sumber Daya Manusia

Tenaga kerja dalam industri rotan di Indonesia umumnya memiliki tingkat pendidikan yang rendah yang berdampak pada minimnya inovasi produk dan rendahnya motivasi kerja (Setyawan *et al.*, 2016). Di sisi lain, pengalaman dalam bidang kerajinan memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja para pengrajin. Kurangnya pengalaman dapat memperlambat proses produksi serta menurunkan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, pengalaman juga membentuk karakter pengrajin menjadi lebih tenang, sabar, dan fleksibel dalam bekerja (Yusuf *et al.*, 2016).

c. Sumber Daya Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi

Penguasaan teknologi, mulai dari tahap pemanenan hingga produksi, berperan penting dalam menentukan daya saing industri rotan di Indonesia. Saat ini, teknologi pengolahan rotan masih menggunakan metode tradisional. Penerapan teknologi informasi yang lebih luas diharapkan dapat meningkatkan akses informasi bagi pelaku industri rotan serta konsumen (Setyawan *et al.*, 2016). Selain itu, pendidikan yang baik serta akses terhadap teknologi informasi turut kontribusi pada peningkatan daya saing. Penguasaan pengetahuan dan teknologi mendukung pengolahan informasi secara optimal, sehingga mempermudah promosi produk, memperluas jaringan, dan meningkatkan akses pasar (Yusuf *et al.*, 2016).

d. Sumber Daya Infrastruktur

Sarana dan prasarana fisik seperti pemanenan, penyimpanan, pengangkutan, transportasi dan telekomunikasi, menjadi elemen penting dalam sumber daya infrastruktur industri rotan. Ketersediaan sarana ini menjadi syarat dalam

distribusi bahan baku dan produk olahan rotan di seluruh rantai nilai industri (Setyawan *et al.*, 2016).

2) Kondisi permintaan (*demand conditions*).

Kondisi permintaan merujuk pada karakteristik pasar domestik, termasuk jumlah, kualitas, dan tingkat inovasi produk atau jasa suatu industri (Sahabuddin, 2016). Faktor ini berperan penting dalam meningkatkan daya saing, karena hubungan timbal balik yang intensif antara perusahaan dan konsumen mendorong terciptanya produk berkualitas tinggi (Prayoga, 2019). Pasar domestik yang mendukung ditandai oleh permintaan barang dan jasa berkualitas serta kedekatan hubungan antara perusahaan dan pelanggan (Saputra, 2021).

Variabel isu memiliki keterkaitan signifikan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi permintaan pasar. Isu-isu yang muncul, seperti terkait kualitas produk, inovasi, atau tren pasar, dapat secara drastis mengubah persepsi konsumen terhadap suatu produk. Perubahan persepsi ini sering kali menyebabkan fluktuasi permintaan konsumen. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam merespon perubahan tersebut sangat penting untuk menentukan tingkat kesiapan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar (Yusuf *et al.*, 2016).

3) Industri pendukung dan terkait (*relating and supporting industries*)

Industri pendukung dan terkait memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing suatu industri. Keberadaan sektor yang memproduksi bahan baku dan komponen lain di dalam suatu negara berdampak pada kemampuan industri untuk bersaing di pasar dan memperkenalkan produk baru (Sahabuddin, 2016). Dimensi ini mencerminkan hubungan positif antara industri pendukung dan perusahaan yang secara keseluruhan dapat memperkuat daya saing. Industri hulu berperan dalam menyediakan bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi, sementara industri hilir bertugas mengolah bahan baku tersebut menjadi produk bernilai tambah (Saputra, 2021).

Kerjasama yang efektif antara berbagai industri ini biasanya berlangsung jangka panjang karena didasarkan pada kepercayaan. Kepercayaan menjadi unsur penting untuk kesuksesan, karena memungkinkan aliran informasi, sumber daya, dan inovasi berjalan lebih lancar dan efisien. Perusahaan yang saling percaya mampu bekerja sama lebih baik dalam menghadapi tantangan pasar,

mengembangkan produk baru, dan meningkatkan kualitas layanan (Rustian & Widiastuti, 2020).

4) Persaingan, struktur, dan strategi perusahaan (*firms strategy, structure and rivalry*)

Daya saing suatu negara dalam industri tertentu sangat bergantung pada kompetisi yang sehat di antara perusahaan lokal, yang mendorong inovasi dan peningkatan kemampuan riset perusahaan (Porter, 1990). Untuk mencapai keunggulan kompetitif, perusahaan perlu menghadapi tekanan dari lingkungan domestik yang kompetitif, permintaan akan produk berkualitas tinggi, dukungan industri terkait, dan penguasaan faktor produksi khusus. Lingkungan ini mendorong inovasi, efisiensi, dan upaya berkelanjutan untuk memberikan hasil optimal, sehingga memungkinkan perusahaan mencapai daya saing kelas dunia (Tsai *et al.*, 2021).

Dalam dunia bisnis, pembentukan, pengorganisasian, dan pengoperasian perusahaan sangat dipengaruhi oleh strategi, struktur, dan persaingan yang ada. Ketiga faktor ini berperan penting dalam menentukan bagaimana perusahaan bersaing di pasar (Rustian & Widiastuti, 2020). Struktur industri memiliki dampak signifikan dalam merumuskan strategi kompetitif yang bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi seluruh industri (Porter, 1990). Kehadiran pesaing mendorong perusahaan untuk fokus pada kepuasan konsumen, yang sering kali mengakibatkan penurunan harga dan peningkatan kualitas produk secara bersamaan guna mempertahankan posisi di pasar (Molamohamadi *et al.*, 2013).

Industri perlu merumuskan strategi yang kompetitif untuk menjalankan bisnis secara lebih efektif. Strategi ini mencakup berbagai pendekatan dan metode yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan (Rustian & Widiastuti, 2020). Penggunaan strategi yang tepat sangat penting untuk menjamin keberlangsungan usaha dan keberhasilan dalam jangka panjang. Dalam konteks pengembangan industri rotan, disarankan untuk merancang struktur bisnis yang mencakup semua tahap produksi, mulai dari pengolahan bahan baku hingga distribusi. Dengan mencakup seluruh rantai pasokan, industri rotan akan lebih siap menghadapi perubahan (Setyawan *et al.*, 2016).

5 Pemerintah

Pemerintah memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing industri melalui kebijakan dan regulasi ekonomi yang strategis. Dukungan dan regulasi yang tepat membantu perusahaan mengatasi hambatan sekaligus memanfaatkan peluang baru di pasar. Pemerintah seharusnya berperan sebagai penggerak perubahan, membantu perusahaan menghadapi berbagai dinamika pasar yang terus berubah dan membimbing perusahaan dalam mengembangkan strategi yang efektif (Tsai *et al.*, 2021).

Menurut Bakan & Doğan (2012), kebijakan yang baik dapat menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi, menarik investasi, dan menyediakan infrastruktur yang diperlukan untuk operasional bisnis. Dengan demikian, pemerintah tidak hanya meningkatkan daya saing industri domestik tetapi juga memperkuat posisinya di pasar global. Kebijakan yang efektif dan dukungan infrastruktur yang memadai memberikan perusahaan landasan kokoh untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan bersaing secara internasional.

6 Kesempatan

Kesempatan biasanya merupakan kejadian kebetulan yang tidak dapat diprediksi atau dikendalikan oleh perusahaan atau pemerintah, dan dapat mempengaruhi posisi kompetitif serta keunggulan kompetitif perusahaan di pasar. Contoh kesempatan ini meliputi penemuan baru yang membuka pasar, terobosan teknologi yang mengubah cara produksi atau distribusi, perkembangan politik eksternal, dan perubahan permintaan pasar asing yang menciptakan peluang ekspor (Tsai *et al.*, 2021).

Faktor kesempatan, menurut (Bakan & Doğan, 2012), mencakup kondisi internal dan eksternal di luar kendali perusahaan yang dapat mempengaruhi arah serta strategi bisnis. Aspek-aspek ini meliputi kondisi sosial yang mempengaruhi preferensi konsumen, kecenderungan politik, keamanan yang menciptakan iklim investasi stabil, inovasi teknologi dan produk, serta kondisi pasar keuangan. Selain itu, fluktuasi nilai tukar dan lonjakan permintaan global atau regional juga dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi bisnis.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
1	Euis Winarti, D. Purnomo, dan Jaenudin Akhmad. 2019. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Perkampungan Industri Kecil (PIK) Pulogadung Jakarta Timur	<p>a. Persamaan: Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Alat ukur yang digunakan yaitu skala likert. Variabel independen yang digunakan yaitu modal, sumber daya manusia, pemasaran produk, dan dukungan pemerintah.</p> <p>b. Perbedaan: Subyek penelitian sebanyak 150 pengusaha mikro kecil dan menengah di PIK Pulogadung Jakarta Timur.</p>	<p>- Variabel modal, sumber daya manusia, pemasaran produk, dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya saing.</p> <p>a. Sumber daya manusia (X_1) berpengaruh terhadap daya saing UMKM (Y) sebesar 17.6%.</p> <p>b. Modal (X_2) berpengaruh terhadap daya saing UMKM (Y) sebesar 39%.</p> <p>c. Pemasaran produk (X_3) berpengaruh terhadap daya saing UMKM (Y) sebesar 34%.</p> <p>d. Dukungan dari pemerintah (X_4) terhadap daya saing UMKM (Y) sebesar 12%.</p>
2	Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina . 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang	<p>a. Persamaan: Menggunakan variabel independen modal dan sumber daya manusia.</p> <p>b. Perbedaan: Variabel independen lain yang digunakan: kemasan produk, <i>network</i>, pengembangan usaha. Metode analisis data menggunakan analisis faktor.</p>	<p>- Hanya 4 variabel yang mempengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang, yaitu modal kerja, kemasan produk, <i>network</i>, dan pengembangan usaha, sedangkan sumber daya manusia tidak mempengaruhi daya saing.</p> <p>- Dari 4 variabel yang diteliti menunjukkan terbentuk 2 faktor, yaitu faktor keuangan dan faktor pemasaran. Faktor keuangan terdiri dari modal kerja dan pengembangan usaha, sedangkan faktor pemasaran terdiri dari kemasan produk dan <i>network</i>.</p>
3	Lita Apriani Rustian, Tantri Widiastuti (2020) Daya Saing Usaha Mikro Kecil : Modifikasi <i>Porter Diamond Model</i>	<p>a. Persamaan: Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Alat ukur yang digunakan yaitu skala likert.</p> <p>b. Perbedaan: Variabel independen pada penelitian ini yaitu faktor produksi, kondisi permintaan, dan industri terkait dan pendukung.</p>	<p>- Faktor produksi (faktor kondisi) berpengaruh terhadap daya saing UMK, tetapi memiliki pengaruh paling rendah sebesar 6.05%.</p> <p>- Kondisi permintaan berpengaruh terhadap daya saing UMK, variabel ini memiliki pengaruh yang dominan atau sebesar 11.28%.</p> <p>- Industri terkait dan pendukung berpengaruh terhadap daya saing UMK sebesar 8.58%.</p>
4	Dian Anita Sari dan Syaiko Rosyidi. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing	<p>a. Persamaan: Metode analisis regresi linear berganda. Menggunakan variabel independen sumber daya manusia.</p> <p>b. Perbedaan: Variabel independen lain yang</p>	<p>- Keunggulan produk, sumber daya manusia, dan pemasaran secara IT merupakan faktor pendukung daya saing.</p> <p>- Upaya yang dapat dilakukan dalam penguatan keunggulan produk yaitu membina UMKM akan kesadaran</p>

No	Peneliti dan Judul	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
	UMKM di Kabupaten Rembang	digunakan yaitu: keunggulan produk, pemasaran produk dengan menggunakan IT.	dan penguatan <i>branding</i> produk. - Upaya yang dapat dilakukan dalam peningkatan sumber daya manusia yaitu pelatihan <i>skill</i> dan pemberian motivasi kerja
5	Mukhammad Yusuf, Chairul Saleh, dan Ariwan Joko Nusbantoro. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pengrajin Perak di Desa Pulo Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang	a. Persamaan: Metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Variabel yang digunakan yaitu modal. b. Perbedaan: Variabel yang digunakan: struktur organisasi, budaya organisasi, bahan baku, kualitas produk, <i>issue</i> , program kerja, pendidikan, harga dan teknologi informasi. Metode analisis data menggunakan analisis faktor. Responden merupakan pengrajin perak.	- Dari 11 variabel yang diteliti menunjukkan terbentuk 2 faktor yang menjadi penentu daya saing pengrajin perak, yaitu: a. Faktor sumber daya, memiliki nilai total <i>initial eigenvalue</i> sebesar 61.730%. Variabel yang termasuk dalam faktor ini yaitu: modal, struktur organisasi, bahan baku, kualitas produk, <i>issue</i> , program kerja, dan harga. b. Faktor karakter, memiliki nilai <i>intial eigenvalue</i> sebesar 21.848%. Variabel yang termasuk dalam faktor ini yaitu: budaya organisasi, pengalaman, pendidikan, dan teknologi informasi.
6	Tatit Konitat. 2015. Faktor Daya Saing Industri Kreatif Bahan Baku Rotan Terhadap Penyerapan Dan Pendapatan Tenaga Kerja Implikasinya Terhadap Pembangunan Ekonomi Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat	a. Persamaan: Variabel yang digunakan yaitu aksesibilitas pemasaran, keuangan, dan kebijakan pemerintah. Tempat penelitian di Kabupaten Cirebon. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner. b. Perbedaan: Variabel lain yang digunakan yaitu pengaruh kewirausahaan, ketersediaan bahan baku, infrastruktur. Teknik pengambilan sampel menggunakan cluster sampling.	- Kewirausahaan, ketersediaan bahan baku, ketersediaan infrastruktur, aksesibilitas pemasaran, aksesibilitas keuangan, dan kebijakan pemerintah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing industri kreatif berbahan baku rotan. Secara parsial, Kewirausahaan, ketersediaan bahan baku, ketersediaan infrastruktur, aksesibilitas pemasaran, dan aksesibilitas keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing, sedangkan kebijakan pemerintah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.
7	Maya Noura Nazifah, Khairul Ikhwan. 2021. Analisis Faktor Kendala Industri Kecil Menengah (Studi Pada IKM Makanan Di Kelurahan Tidar Utara Kota Magelang	a. Persamaan: Mencari tahu kendala yang ada pada industri b. Perbedaan: Industri yang menjadi objek adalah industri makanan	- IKM sektor makanan di Kelurahan Tidar Utara menghadapi kendala dalam pemasaran, modal, dan pembukuan. Dalam pemasaran, kesalahan strategi dan kurangnya pengetahuan digital marketing menjadi masalah. Pelaku industri kesulitan memperoleh modal karena tidak memenuhi persyaratan pinjaman bank. Kendala terbesar terjadi pada pembukuan, di mana pelaku IKM sering menyepelekan pencatatan keuangan dan lebih memilih cara manual.

2.3 Kerangka Pemikiran

Daya saing merupakan kemampuan perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa dengan lebih efisien dan unggul dibandingkan kompetitornya, yang memungkinkan perusahaan memperoleh keunggulan di pasar (Porter, 1990). Daya saing industri rotan mencerminkan kemampuan perusahaan rotan untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan biaya yang optimal, sehingga mampu bersaing dan meningkatkan pendapatan. Guna meraih daya saing yang tinggi, penting untuk memaksimalkan potensi produk unggulan.

Industri rotan di Kabupaten Cirebon, khususnya di Kecamatan Plumbon, merupakan produk unggulan yang memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah. Agar produk rotan memiliki daya saing tinggi, diperlukan pengelolaan yang optimal dan strategi pengembangan yang tepat. Faktor yang mempengaruhi daya saing industri rotan di Kecamatan Plumbon meliputi sumber daya manusia, modal, dan pemasaran.

Sumber daya manusia memainkan peran penting dalam menentukan daya saing industri rotan. Pengelolaan yang efisien terhadap sumber daya manusia sangat krusial untuk memastikan kontribusi optimal. Rendahnya kualitas sumber daya manusia sering disebabkan oleh keterbatasan akses dan kualitas pendidikan. Oleh karena itu, pendidikan sangat penting untuk membentuk individu yang kompeten dan bersaing di pasar.

Saat ini, industri rotan menghadapi tantangan besar berupa keterbatasan tenaga kerja terampil dan berpengalaman, akibat peralihan tenaga kerja ke sektor-sektor lain yang lebih menjanjikan. Untuk mengatasi tantangan ini, dibutuhkan peningkatan program pelatihan keterampilan bagi tenaga kerja di bidang rotan, serta strategi untuk menarik dan mempertahankan pekerja berbakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Winarti et al., (2019) dan Yusuf et al., (2016), yang menyatakan bahwa faktor sumber daya manusia memiliki pengaruh terhadap daya saing. Kedua penelitian ini menegaskan bahwa keterampilan, pendidikan, dan pengalaman sumber daya manusia memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing usaha.

Penelitian Yusuf et al. (2016) menyatakan bahwa keterampilan, pendidikan, dan pengalaman sumber daya manusia memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing. Keterampilan sumber daya manusia membantu merespon permintaan konsumen dengan lebih baik, sementara pendidikan mendukung individu dalam memproses informasi dari berbagai sumber. Selain itu, semakin luas pengalaman pelaku industri, semakin efektif dan efisien proses produksi yang dapat dilakukan.

Modal adalah faktor penting bagi setiap industri, termasuk industri rotan. Keterbatasan modal dapat menghambat operasional dan mengurangi kemampuan perusahaan untuk mengembangkan produk. Modal yang memadai diperlukan untuk pendirian, pengembangan, dan ekspansi industri rotan, termasuk investasi dalam teknologi baru, peningkatan kualitas produk, dan perluasan kapasitas produksi. Keterbatasan modal juga membatasi akses ke pasar baru dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, akses ke sumber modal yang lebih luas sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri rotan.

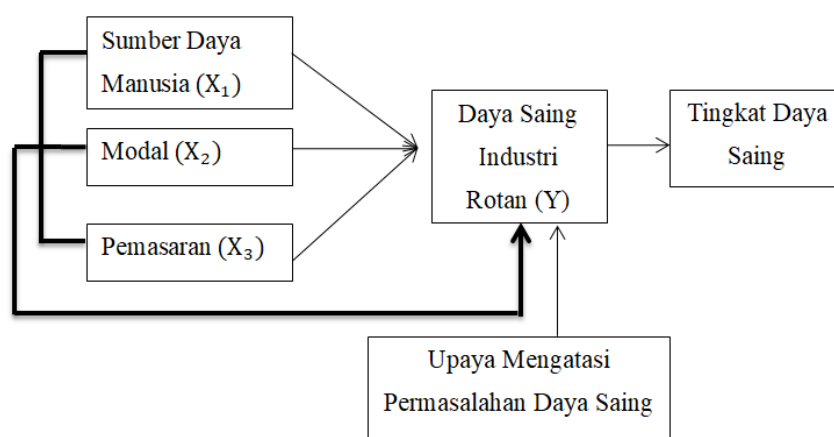
Penelitian Wardhani & Agustina (2015) menunjukkan bahwa modal kerja khususnya modal awal, berperan signifikan dalam meningkatkan daya saing. Modal awal diperlukan untuk mendukung kelancaran produksi, operasional, pertumbuhan usaha, dan menghadapi persaingan di industri rotan. Hal ini sejalan dengan penelitian Winarti *et al.* (2019) yang menunjukkan bahwa modal berpengaruh terhadap daya saing. Modal yang memadai mendukung investasi pada sarana, teknologi, dan sumber daya manusia untuk meningkatkan produktivitas, kualitas produk, inovasi, dan perluasan pasar, sehingga usaha dapat bersaing lebih efektif.

Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan, menawarkan, dan menukar produk yang memiliki nilai dengan pihak lain (Mevita & Suprihadi, 2013). Akan tetapi, pemasaran produk sering menjadi kendala dalam peningkatan daya saing, sehingga perlu mendapat perhatian khusus. Pemasaran produk saat ini tidak lagi terbatas pada interaksi tatap muka, melainkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (IPTEK) dianggap lebih efektif dan efisien. Hal ini memungkinkan produk untuk dapat

dijangkau oleh pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penggunaan IPTEK menjadi penting dalam pemasaran produk, karena dapat membantu mengatasi kendala dan meningkatkan daya saing di pasar global.

Penelitian Wardhani & Agustina (2015) menunjukkan bahwa faktor pemasaran mempengaruhi daya saing, dengan strategi pemasaran yang efektif membantu perusahaan menyampaikan produk kepada konsumen. Jaringan (networking) dalam pemasaran juga penting untuk memperoleh dukungan dan sumber daya yang diperlukan untuk tetap berdaya saing. Hal ini sejalan dengan penelitian. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Winarti *et al.* (2019), yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang baik tidak hanya penting untuk meningkatkan visibilitas produk tetapi juga untuk memperkuat posisi kompetitif usaha kecil dan menengah di pasar.

Dengan memberikan perhatian khusus pada faktor-faktor ini, industri rotan memiliki potensi untuk terus berkembang secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saingnya di pasar lokal maupun internasional. Upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia, pemanfaatan modal secara efisien, serta penerapan strategi pemasaran yang inovatif akan memungkinkan industri rotan untuk memperluas pangsa pasarnya, meningkatkan penjualan, dan membangun reputasi yang kuat di berbagai wilayah. Hal ini pada gilirannya akan memperkuat posisi kompetitif.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini adalah faktor sumber daya manusia, modal, dan pemasaran memiliki pengaruh, baik secara simultan maupun parsial terhadap daya saing industri rotan.