

ANALISA DAYA SAING PRODUK OLAHAN BUAH NAGA ORGANIK PADA KAWASAN WISATA ORGANIK BEJI WONOGIRI

Winarna¹, Nani Irma Susanti²

Stie Adi Unggul Bhirawa Surakarta¹, Stie Adi Unggul Bhirawa Surakarta²

pos-el: winarna36@gmail.com¹, naniirma99@gmail.com²

ABSTRAK

Buah naga memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi dibandingkan dengan buah yang lain, sehingga budidaya buah naga memiliki peluang yang sangat baik dalam meningkatkan kondisi perekonomian di Wonogiri yang kondisi tanah dan suhunya cocok untuk tanaman jenis kaktus yang berasal dari Meksiko. Menganalisis *Entrepreneur Skill* memoderasi pengaruh Modal Usaha, Kemasan, dan Network terhadap Daya Saing Produk. Analisa menggunakan uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, linieritas, regresi linier berganda, uji t, uji F, R² dan korelasi. Hasil analisis linier berganda, variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh positif terhadap Y diperkuat variabel X4 sebagai variabel moderating. Variabel X1, X2, X3 dan X4 berpengaruh positif signifikan terhadap Y, Uji F semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. X4 adalah variabel dominan. R² total: Daya Saing Produk dipengaruhi variabel X1, X2, X3 dan X4 sebesar 96,9 % sisanya 3,1% dijelaskan variabel lain diluar model. Pengaruh langsung variabel X1 dan X3 terhadap variabel Y lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung melalui *Entrepreneur Skill* maka variabel moderating tidak efektif. Pengaruh langsung variabel Kemasan terhadap variabel Daya Saing Produk lebih besar daripada pengaruh tidak langsung melalui *Entrepreneur Skill* maka penggunaan variabel moderating efektif.

Kata kunci : *Modal Usaha, Kemasan, Network, Entrepreneur Skill, Daya Saing Produk*

ABSTRACT

Entrepreneur Skills moderates the effect of Business Capital, Packaging, and Network on Product Competitiveness. The analysis uses validity and reliability tests, classic assumptions, linearity, multiple linear regression, t-test, F test, R², and correlation. The results of multiple linear analysis, variables X1, X2, and X3 have a positive effect on Y reinforced by variable X4 as a moderating variable. Variables X1, X2, X3, and X4 have a significant positive effect on Y, F Test all independent variables have a significant effect on the dependent variable. X4 is the dominant variable. R² total: Product Competitiveness is influenced by variables X1, X2, X3, and X4 of 96.9%, and the remaining 3.1% is explained by other variables outside the model. The direct effect of the variables X1 and X3 on the Y variable is smaller than the indirect effect through the Entrepreneur Skill, so the moderating variable is not effective. The direct effect of the packaging variable on the Product Competitiveness variable is greater than the indirect effect through the Entrepreneur Skill, so the use of moderating variables is effective.

Keywords: *Business Capital, Packaging, Network, Entrepreneur Skill, Competitiveness*

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Wonogiri merupakan suatu wilayah di Jawa Tengah bagian ujung timur dan selatan. Terletak pada garis lintang 7°32' – 8°15' Lintang Selatan dan garis bujur 110°41' – 111°18' Bujur Timur. Kabupaten Wonogiri memiliki iklim tropis dengan suhu antara 24° – 32° C. Luas Kabupaten Wonogiri

adalah 1.822 km² yang terdiri dari tanah sawah, tegal, tanah untuk bangunan/pekarangan, dan tanah yang digunakan untuk keperluan lain. Lokasi topografinya terdapat pantai, bagian tengah, dan pegunungan.

Buah naga memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi dibandingkan dengan buah yang lain, sehingga budidaya buah naga memiliki peluang yang sangat baik

dalam meningkatkan kondisi perekonomian (Indira et al., 2009). Disamping itu buah naga juga dapat diolah menjadi berbagai olahan seperti sirup, cake dan kembang gula/permen (Looy, Callaert, & Debackere, 2006) (Situasi, n.d.).

Salah satu industri kreatif yang menguntungkan dan dapat dikembangkan di wilayah Wonogiri adalah wisata organik. Wisata ini terletak di Kecamatan Nguntoronadi kurang lebih 30 Km² dari Kota Kabupaten Wonogiri. Jika wisatawan memasuki kawasan ini wisatawan akan disugui panorama yang indah yaitu pesona waduk Gajah mungkur yang dikelilingi hijaunya lahan pertanian dan hutan. Beberapa komoditas unggulan yang bisa disajikan di lokasi ini adalah kebun buah naga organik dan produk olahannya, pepaya California, stroberi sawi hingga bunga-bunga yang bermekaran indah. (AGROWISATA ORGANIK BEJI, 2016).

Setiap depan rumah warga dan di tepi jalan kampung banyak ditemui pohon buah naga. Semua keluarga di Beji menanam buah naga organik. Setiap keluarga rata-rata memiliki 5-10 beton penyangga berisi lima pohon. Pupuknya dihasilkan dari hasil pengolahan sampah kotoran ternak. Di Beji, ada ±800 keluarga yang menanam buah naga dan 97 keluarga di antaranya sudah bersertifikasi internasional. Jumlah pohonnya mencapai ribuan. Buah naga yang sudah dipilih diekspor ke Jerman dan sebagian dijual secara online, disekitar Solo Raya. “Buah naga yang ditanam sepanjang jalan itu belum bersertifikat. Tanaman itu terpapar emisi kendaraan. Yang tersertifikasi biasanya di pekarangan karena pemeliharaannya terjamin”.

Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

Untuk menganalisa pengaruh independen variabel yaitu Modal usaha, Kemasan, Network dan Pengembangan Usaha

terhadap Peningkatan Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri. Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui secara empiris *entrepreneur skill* memoderasi pengaruh Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri.
- b. Untuk mengetahui secara empiris *entrepreneur skill* memoderasi pengaruh Kemasan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri.
- c. Untuk mengetahui secara empiris *entrepreneur skill* memoderasi *Network* terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri.
- d. Untuk mengetahui secara empiris terdapat pengaruh yang signifikan *entrepreneur skill* terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri.
- e. Untuk mengetahui secara empiris terdapat pengaruh yang signifikan Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri?
- f. Untuk mengetahui secara empiris terdapat pengaruh yang signifikan Kemasan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri.
- g. Untuk mengetahui secara empiris terdapat pengaruh yang signifikan *Network* terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri.

Landasan Teori

1. Pengertian Daya saing Produk

Menurut Tambunan (2002) dalam (Prabowo, 2010) Daya saing adalah

keunggulan pembeda dari yang lain yang terdiri dari *competitive advantage* (faktor keunggulan kompetitif). Sedangkan daya saing produk adalah tingkat keunggulan produk untuk dijual atau kemampuan manajemen produksi pada suatu perusahaan dalam menghasikan struktur biaya variabel rata – rata yang nilainya lebih rendah dari harga produk.

Syarat keberhasilan peningkatan daya saing Menurut Tambunan (2002, 46) dalam (Lantu, Triady, Utami, & Ghazali, 2016) kondisi utama yang harus dipenuhi agar produk dapat berdaya saing dipasar regional maupun internasional adalah:

Menciptakan lingkungan internal yang kondusif: kualitas sumber daya manusia, penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, budaya bisnis, kekuatan modal jaringan bisnis dengan pihak luar

Menciptakan lingkungan eksternal yang kondusif: Sistem perburuhan
Kondisi pasar buruh, Kondisi infrastruktur
Tingkat pendidikan masyarakat.

Faktor – faktor yang mempengaruhi daya saing produk

Tambunan (2008) menyusun suatu kerangka pikir mengenai daya saing sebuah perusahaan dan faktor-faktor penentunya. Dalam kerangka pikir ini, daya saing sebuah perusahaan tercermin dari daya saing produk yang dihasilkannya dan daya saing sebuah perusahaan dapat dicirikan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor internal tersebut mencakup: keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan atau akses ke modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), ketersediaan atau penguasaan teknologi, ketersediaan atau penguasaan informasi, dan ketersediaan atau penguasaan/akses kepada input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dan lain-lain.

Modal Usaha

Modal kerja

Menurut Jumingan (2011:66) dalam (Sidrap, n.d.) modal kerja yaitu : “ Modal kerja yaitu jumlah dari aktiva lancar. Jumlah ini merupakan modal kerja bruto (*gross working capital*). Sedangkan pengertian modal kerja menurut Kasmir (2012:250) dalam (Zatira & Tangerang, 2015) yaitu : merupakan modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan. Modal kerja diartikan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan dan aktiva lancar .”

Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan ((Bambang R, 2001 dalam (Desa et al., n.d.)), arti modal yang lain modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang. Schwiedlan dalam buku (Bambang R, 2001).

Kemasan Produk

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006:33) dalam (Pendidikan et al., 2017).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk membeli sarung adalah kualitas, referensi, merk dan warna serta kemasan, harga, diskon dan hadiah. (Muharam, 2011)

Network

Menurut Kuncoro (1997) dalam (Dan, Bisnis, Kecil, & Keluarga, n.d.) network atau relasi adalah orang-orang yang tergabung dan menjalin kerja sama dalam suatu perusahaan untuk

menghasilkan roduk atau jasa yang diinginkan. Dalam penelitian ini network atau relasi ini menunjukkan keunggulan suatu perusahaan dalam mencari jaringan usaha serta berapa besar kontribusi yang diberikan rekan kerja terhadap kelancaran usaha yang dijalankan.

Dari meningkatnya daya saing perusahaan maka pada gilirannya akan mendorong terciptanya saya saing produk. Hal lain yang harus menjadi prioritas UMKM adalah meningkatkan kerjasama antar unit UMKM atau antar sentra UMKM dan juga meningkatkan jaringan kerjasama dengan stakeholders. (Susilo, Agustus 2010)

Entrepreneurial skill

Entrepreneurial skill berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik. Dengan demikian seorang entrepreneur harus tetap berlandaskan pada kemampuannya menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijalkannya dapat berhasil dengan baik (Riyanti dalam Pengaruh faktor internal eksternal, 2011)

Entrepreneurial skill berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha kecil. Hal ini memberi indikasi bahwa para pengusaha kecil di daerah ini sudah mulai mengoptimalkan faktor *entrepreneurial skill* sebagai seorang yang bisa menerapkan fungsi manajemen, percaya kekuatan diri sendiri dan berani mengambil risiko. Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Kamble (2010), bahwa kurangnya kemampuan manajerial dan ketidakmampuan menanggapi perubahan dan beradaptasi terhadap perubahan termasuk faktor-faktor penghambat keberhasilan usaha kecil. (Handriani, 2011)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di kawasan wisata organik nguntonadi Beji Wonogiri dengan obyek penelitiannya

adalah petani/pengusaha olahan buah naga.

1) Variabel dan operasional variabel

Operasional variabel digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian agar dapat diukur dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dalam tabel dibawah ini :

Tabel 1
Varibel dan indikator variabel

No	Faktor	Indikator Variabel
1.	Modal usaha (Desa, Dan, & Salatiga, n.d.)	- Modal awal yang digunakan - Modal sendiri - Modal pinjaman - Kemudahan mendapatkan modal usaha - Modal syarat untuk usaha - Besar modal
2.	Kemasan Produk Bagian dari formal produk yang meliputi packaging, features, brand name, styling, dan quality (Buchari Alma, 2005:161) dalam (Nuryanti, n.d.)	- Inovasi produk/ Bentuk (Keamanan bentuk kemasan untuk dipegang, Tingkat kemenarikan kemasan, - Tingkat Keamanan bentuk (Tidak mudah bocor/sobek, Tingkat pemilihan bahan pada kemasan sehingga tidak mudah bocor/sobek, Tidak berbau (Tingkat pemilihan bahan kemasan yang tidak berbau, Perlindungan bahan terhadap isi kemasan

		<p>(Perlindungan bahan terhadap isi kemasan)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tahan lama (E.P Danger 1992) - Tingkat pemilihan bahan yang dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama - Daya tarik produk (Keselarasan warna, Ketertarikan konsumen pada warna kemasan (E.P Danger 1992) - Gambar kemasan menarik - Bahan baku yang digunakan - Model produk - Warna - Gambar (Ketertarikan konsumen pada warna kemasan - Gambar kemasan menarik, Penempatan gambar sesuai - Label (Informasi kandungan gizi jelas, Informasi waktu kadaluarsa jelas, Instruksi penggunaan jelas, Informasi berat bersih tercantum - dengan jelas) 			<p><i>Hubungan baik sanak family, teman akan informasi,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Jejaring Pendukung: Relasi agen perbankan,</i> - <i>Pemerintah, Organisasi Swadaya Masyarakat</i> - <i>Jejaring antar perusahaan besar atau perusahaan kecil</i>
3.	<i>Network (George and Wood, 2001) dalam (Taufan, n.d.)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kuantitas relasi - Pengaruh relasi - Keunggulan mencari relasi - Teknologi dalam mencari relasi - <i>Jejaring Sosial :</i> 	4.	<i>Entrepreneurial skill</i> (Kewirausahaan, 1999)	<ul style="list-style-type: none"> - mau bekerja keras, - kepercayaan diri tinggi, - mempunyai visi ke depan, - bisa bekerja dalam tim, - memiliki kepercayaan matang, - mampu berpikir analitis, - mudah beradaptasi, - mampu bekerja dalam tekanan, - cakap berbahasa Inggris, - mampu mengorganisir pekerjaan. <p>Personal Qualities (Kualitas individu):</p> <ul style="list-style-type: none"> Responsibility (bertanggung jawab), sociability (berjiwa sosial), selfmanagement (manajemen diri), integrity (integritas), honesty (kejujuran). Interpersonal skill (kemampuan interpersonal): participates as member of the

		<p>team (berpartisipasi sebagai anggota tim), teaches others (mendidik orang lain), serves client/customers (melayani klien), exercise leadership (melatih kepemimpinan), negotiates (kemampuan bernegoisasi), works with cultural diversity (bekerja dengan pendekatan budaya</p>			<p>tentu juga harus</p> <ul style="list-style-type: none"> - didasarkan pada keunggulan bersaing produk tersebut dibandingkan dengan produk sejenis di - luar daerah atau bahkan produk sejenis di pasar internasional. Jika upaya mengembangkan - komoditas unggulan tersebut dikerjakan dengan sungguh-sungguh maka tidak mustahil - nantinya akan muncul komoditas daerah yang mempunyai daya saing di pasar internasional.
5	<p>Daya saing Produk (Susilo, 2010)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - komoditas unggulan daerah. Kriteria produk unggulan adalah (Tambunan dan Nasution, 2006): (1) menggunakan bahan baku lokal, (2) sesuai dengan potensi dan kondisi daerah, (3) - memiliki pasar yang luas, (4) mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak, (5) - merupakan sumber pendapatan masyarakat, (6) volume produksi yang cukup besar dan - kontinyu, (7) merupakan ciri khas daerah, (8) memiliki daya saing relatif tinggi, dan (9) dapat - memacu perkembangan komoditas yang lain. Penetapan produk unggulan 			<p>1. Populasi dan sampel</p> <p>a. Populasi dan sampel</p> <p>Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh Pelaku pengusaha produk olahan buah naga yang berjumlah 34 orang</p> <p>Kerangka Pemikiran</p> <p>Gambar. Model Kerangka Pemikiran Teoritis</p> <pre> graph LR X1[Modal Usaha X1] -- H1 --> X4((entrepreneur skill X4)) X1 -- H5 --> Y((Daya Saing Produk Y)) X2[Kemasan Produk X2] -- H2 --> X4 X3[Network X3] -- H3 --> X4 X4 -- H4 --> Y X3 -- H7 --> Y X1 -- H6 --> Y </pre> <p>Sumber : Kerangka Pemikiran 2019</p> <p>Hipotesis</p> <p>a. Apakah <i>entrepreneur skill</i> memoderasi pengaruh Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga</p>

Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri?

- H1: *entrepreneur skill* memoderasi pengaruh modal usaha terhadap **Daya saing Produk** Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri
- H2: *entrepreneur skill* memoderasi Kemasan Produk terhadap **Daya saing Produk** Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri
- H3: *entrepreneur skill* memoderasi Network terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri
- H4: *entrepreneur skill* berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri
- H5: Modal Usaha berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri
- H6: Kemasan Produk berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri
- H7: Network berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Produk Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Buah naga yang melimpah diolah menjadi aneka olahan pangan oleh Kelompok Wanita Tani Bagian Pengolahan, yang berjumlah 34 orang/KK.

a. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

berjenis kelamin laki-laki berjumlah 7 responden (20,6 %) dan perempuan berjumlah 27 responden (79,4 %).

b. Identitas responden berdasarkan Penghasilan responden diketahui yang penghasilannya Rp. 2.000.000/bulan sd Rp. 3.000.000 sebanyak 15 responden atau 61,77 % yang merupakan mayoritas responden.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas dan reliabilitas

Semua item pertanyaan valid dan reliabel

b. Uji Linieritas

Dari hasil uji linieritas menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,000 Dengan jumlah sample 34, besarnya nilai c^2 hitung = $34 \times 0,000 = 0$, sedangkan nilai c^2 tabel sebesar 45. Nilai c^2 hitung < c^2 tabel jadi dapat disimpulkan bahwa model yang benar adalah model linier.

Uji Hipotesa

1) Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 1

$$Y_1 = 0,301 - 0,093 X_1 + 0,151 X_2 - 0,127 X_3 + 1,061 X_4$$

2) Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persamaan 2

$$Y_2 = 39,775 + 0,905X_1 - 1,512X_2 + 0,308X_3 - 1,468X_1X_4 + 2,912 X_2X_4 - 0,456 X_3X_4$$

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hasil Regresi Persamaan 1

Semua variable independent signifikan terhadap variable dependen

Hasil Regresi persamaan 2

Entrepreneur Skill tidak memoderasi Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk. (Hipotesis tidak terbukti)

Entrepreneur Skill memoderasi Kemasan terhadap Daya Saing Produk. (Hipotesis terbukti)

Entrepreneur Skill tidak memoderasi Network terhadap Daya Saing Produk. (Hipotesis tidak terbukti)

Uji F

secara bersama-sama variabel Modal Usaha, kemasan, Network dan Entrepreneur Skill berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Produk Buah Naga.

Koefisien Determinasi (R²)

1. Koefisien Determinasi Persamaan 1

Uji determinasi persamaan 1:

$$\varepsilon_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,981} = 0,13784$$

atau 13,78%

2. Uji determinasi persamaan 2:

$$\varepsilon_2 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,951} = 0,221359$$

atau 22,13 %

3. Koefisien Determinasi Total (R²)

nilai R² total = 1 - ($\varepsilon_1 \times \varepsilon_2$) = 1 - (0,13784 x 0,221359) = 1 - 0,030512 = 0,969488 atau 96,9 %. Ini berarti bahwa Daya Saing Produk, dijelaskan oleh variabel Modal Usaha, Kemasan, Network dan Entrepreneur Skill sebagai variabel moderating sebesar 96,9 %, dan sisanya sebesar 0,305 % dijelaskan di variabel lain.

Analisis Koefisien Korelasi

hubungan atau korelasi antar variabel sebagai berikut:

- a. Modal Usaha dengan Daya Saing Produk adalah 0,223 dan signifikansi = 0,205, diartikan bahwa hubungan Modal Usaha dengan Daya Saing Produk lemah/rendah dan tidak signifikan.
- b. Modal Usaha dengan Entrepreneur Skill adalah 0,226 dan signifikansi = 0,199, diartikan bahwa hubungan Modal Usaha dengan Entrepreneur Skill lemah/rendah dan tidak signifikan.
- c. Kemasan dengan Daya Saing Produk adalah 0,356 dan signifikansi = 0,039, diartikan hubungan Kemasan dengan Daya Saing Produk Rendah/lemah dan signifikan.
- d. Kemasan dengan Entrepreneur Skill adalah 0,312 dan signifikansi = 0,073, diartikan hubungan Kemasan dengan Entrepreneur Skill rendah dan tidak signifikan.
- e. Network dengan Daya Saing Produk adalah 0,773 dan signifikansi = 0,000,

diartikan bahwa hubungan Network dengan Daya Saing Produk kuat dan signifikan.

- f. Network dengan Entrepreneur Skill adalah 0,802 dan signifikansi = 0,000, diartikan bahwa hubungan Network dengan Entrepreneur Skill sangat kuat dan signifikan.
- g. Entrepreneur Skill dengan Daya Saing Produk adalah 0,985 dan signifikansi = 0,000, diartikan bahwa hubungan Entrepreneur Skill dengan Daya Saing Produk sangat kuat dan signifikan.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Tujuan analisis jalur adalah memperhitungkan pengaruh langsung dan tidak langsung.

- a. Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung adalah pengaruh dari satu variabel independen menuju variabel dependen tanpa melalui variabel dependen lainnya.

- 1) Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk (X₁ ke Y)
Berdasarkan tabel IV.22 diketahui Modal Usaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk dengan koefisien sebesar -0.093 dan mempunyai hubungan / korelasi yang lemah terhadap Daya Saing Produk.
- 2) Kemasan terhadap Daya Saing Produk (X₂ ke Y)
Berdasarkan tabel IV.22 diketahui Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk dengan koefisien sebesar 0.151 dan mempunyai hubungan / korelasi yang lemah terhadap Daya Saing Produk.
- 3) Network terhadap Daya Saing Produk (X₃ ke Y)
Berdasarkan tabel IV.22 diketahui Network berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk dengan koefisien sebesar -0,127 dan mempunyai hubungan / korelasi yang kuat terhadap Daya Saing Produk.

- 4) Entrepreneur Skill terhadap Daya Saing Produk (X_4 ke Y)
Berdasarkan tabel IV.22 diketahui Entrepreneur Skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk dengan koefisien sebesar 1,061 dan mempunyai hubungan / korelasi yang sangat kuat terhadap Daya Saing Produk.
- b. Pengaruh Tidak Langsung
Pengaruh tidak langsung adalah hubungan antara variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen melalui mediasi variabel lain yang disebut variabel moderating.
- 1) Modal Usaha melalui Entrepreneur Skill terhadap Daya Saing Produk (X_1 ke X_4 dan X_4 ke Y)
Berdasarkan tabel IV.22 diketahui Modal Usaha berpengaruh negative tidak signifikan terhadap Entrepreneur Skill serta Entrepreneur Skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk dengan koefisien sebesar: $-1,468 \times 1,061 = -1,557548$, karena pengaruh tidak langsung ($-1,557548$) < pengaruh langsungnya $-0,093$, maka variabel Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai mediasi variabel moderating antara Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk, sebaiknya Modal Usaha ditingkatkan lagi.
- 2) Kemasan melalui Entrepreneur Skill terhadap Daya Saing Produk (X_2 ke X_4 dan X_4 ke Y)
Berdasarkan tabel IV.22 diketahui Kemasan berpengaruh signifikan terhadap Entrepreneur Skill serta Entrepreneur Skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk dengan koefisien sebesar: $2,912 \times 1,061 = 3,089632$, karena pengaruh tidak langsung ($3,089632$) > pengaruh langsungnya $0,151$, maka variabel Entrepreneur Skill efektif sebagai mediasi variabel moderating antara Kemasan terhadap Daya Saing Produk, sebaiknya Kemasan Dipertahankan dan Ditingkatkan.
- 3) Network melalui Entrepreneur Skill terhadap Daya Saing Produk (X_3 ke X_4 dan X_4 ke Y)
Berdasarkan tabel IV.22 diketahui Network berpengaruh negatif signifikan terhadap Entrepreneur Skill serta Entrepreneur Skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk dengan koefisien sebesar: $-0,456 \times 1,061 = -0,483816$, karena pengaruh tidak langsung ($-0,483816$) < pengaruh langsungnya ($-0,127$), maka variabel Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai mediasi variabel moderating antara Network terhadap Daya Saing Produk, sebaiknya Network ditingkatkan lagi.
- c. **Pengaruh Total (*Total Effect*)**
- 1) Pengaruh Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk melalui Entrepreneur Skill
Pengaruh Modal Usaha ke Daya Saing Produk = $-0,093$ dan pengaruh tidak langsung Modal Usaha ke Daya Saing Produk melalui variabel moderating Entrepreneur Skill = $1,557548$ sehingga pengaruh total (*Total Effect*) = $-0,093 + 1,557548 = 1,464548$
- 2) Pengaruh Kemasan terhadap Daya Saing Produk melalui Entrepreneur Skill
Pengaruh Kemasan ke Daya Saing Produk = $0,151$ dan pengaruh tidak langsung Kemasan ke Daya Saing Produk melalui variabel moderating Entrepreneur Skill = $3,089632$ sehingga pengaruh total (*Total Effect*) = $0,151 + 3,089632 = 3,240632$
- 3) Pengaruh Network terhadap Daya Saing Produk melalui Entrepreneur Skill
Pengaruh Network ke Daya Saing Produk = $-0,127$ dan pengaruh tidak langsung Network ke Daya Saing Produk melalui variabel moderating

Entrepreneur Skill = - 0,483816
sehingga pengaruh total (*Total Effect*)
= -1,468 + - 0,134747 = - 0,610816

d. Pembahasan:

1) Pengaruh Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk

Pengaruh langsung Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk = -0,093 karena pengaruh tidak langsung (-1,557548) < pengaruh langsungnya - 0,093, maka variabel Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai mediasi variabel moderating antara Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk, dan mempunyai korelasi lemah sehingga untuk meningkatkan Daya Saing Produk dipilih jalur langsung. Dapat dikatakan Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai variabel moderating antara Modal Kerja dengan Daya Saing Produk.

2) Pengaruh Kemasan terhadap Daya Saing Produk

Pengaruh langsung Kemasan terhadap Daya Saing Produk = 0,151 lebih kecil dari pengaruh tidak langsung Kemasan terhadap Daya Saing Produk dengan mediasi Entrepreneur Skill = 2,912 dan mempunyai korelasi cukup kuat sehingga untuk meningkatkan Daya Saing Produk dipilih jalur tidak langsung. Dapat dikatakan Entrepreneur Skill efektif sebagai variabel moderating antara Kemasan dengan Daya Saing Produk.

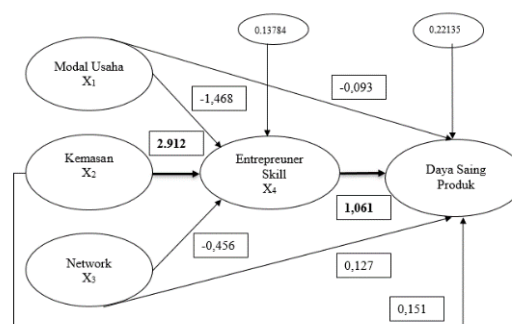
3) Pengaruh Network terhadap Daya Saing Produk

Pengaruh langsung Network terhadap Daya Saing Produk = -0,127 lebih besar dari pengaruh tidak langsung Network terhadap Daya Saing Produk dengan mediasi = -0,456 dan mempunyai korelasi sangat kuat sehingga untuk meningkatkan Daya Saing Produk dipilih jalur langsung. Dapat dikatakan Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai variabel

moderating antara Network dengan Daya Saing Produk.

- 4) Koefisien determinasi model menghasilkan variasi Daya Saing Produk dijelaskan oleh variabel Modal Usaha, Kemasan, Network dan Entrepreneur Skill sebagai variabel moderating sebesar 96,9%, dan sisanya sebesar 3,1% dijelaskan di variabel lain diluar model penelitian, misalnya budaya organisasi, kompensasi dan lain-lain. Berdasarkan nilai ϵ_1 , dan ϵ_2 , maka nilai R^2 total adalah = $1 - (\epsilon_1 \times \epsilon_2) = 1 - (0,13784 \times 0,221359) = 1 - 0,030512 = 0,969488$ atau 96,9 %.

Ini berarti bahwa Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Desa Beji, dijelaskan oleh variabel Modal Usaha, Kemasan, Network dan Entrepreneur Skill sebagai variabel moderating sebesar 96,9 %, dan sisanya sebesar 3,1 % dijelaskan di variabel lain diluar model penelitian.



Gambar IV. 2
Hasil Analisis Jalur

Keterangan:

Jalur efektif yang dipilih adalah jalur yang dicetak tebal yaitu Kemasan menuju Daya Saing Produk melalui variable moderating Entrepreneur Skill.

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka dapat memperkuat konsep-konsep teoritis dan memberikan dukungan empiris terhadap penelitian terdahulu.

- a. Modal Usaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Peningkatan

- Daya Saing Produk Buah Naga, apabila Modal Usaha meningkat maka Peningkatan Daya Saing akan menurun, dengan asumsi variabel Kemasan, Network dan Entrepreneur Skill dianggap tetap, penelitian ini mendukung penelitian (Desa et al., n.d.). Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk.
- b. Variabel Kemasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Produk Daya Saing Produk Buah Naga, apabila Variabel Kemasan meningkat maka Peningkatan Daya Saing Produk Buah Naga akan meningkat, dengan asumsi variabel Modal Usaha, Network dan Pengembangan usaha dianggap tetap. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan (R & Kurniawan, n.d.) yang menjelaskan Dalam mengembangkan kemasan, sebaiknya juga mengembangkan mind set dari para pengusaha bahwa mereka harus mempersiapkan mental mereka untuk naik kelas, bahwa pasar yang dituju menjadi lebih luas misalnya yang tadinya hanya menjual produknya di warung sekarang harus sudah berpikir menjual di super market, atau bahkan melakukan ekspor, dengan cara Produk yang inovatif dapat dilihat dari kemasan ukuran, warna, bentuk; Setiap produk memiliki manfaat pada fase *useful* -nya dan sekaligus memiliki dampak negatif terutama setelah produk itu usang dan usaha yang berkesinambungan harus mempertimbangkan: (a) sistem biologis (kelestarian sumber daya alam lainnya); (b) sistem ekonomi – harga pasar; dan (c) Sistem sosial – kebudayaan kebersihan keramahan dan keamanan.
- c. Variabel Network berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk Buah Naga, artinya apabila Network meningkat maka Peningkatan Daya Saing Produk Buah Naga akan menurun, dengan asumsi bahwa variabel Modal Usaha, Kemasan dan Pengembangan Usaha dianggap tetap. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan (Lukiastuti, n.d.) jejaring usaha/network mempunyai pengaruh terhadap kinerja internasionalnya dan memberikan bukti dukungan empiris terhadap pandangan kapabilitas dinamis perusahaan. Dengan cara, melalui Teknologi dalam mencari relasi – seperti melalui group sosmed; Pengaruh relasi – memberikan servis excellent akan berdampak pada promosi seperti iklan gratis dari mulut ke mulut; dan Kuantitas relasi – harus luas dengan segala upaya dan network dari seluruh lapisan masyarakat tidak terkecuali, karena ini wisata sekaligus pendidikan memberikan pengetahuan kepada masyarakat.
- d. Entrepreneur Skill berpengaruh positif terhadap Peningkatan Daya Saing Produk Buah Naga, artinya apabila Entrepreneur Skill meningkat maka Peningkatan Daya Saing Produk Buah Naga akan meningkat, dengan asumsi bahwa variabel Modal Usaha, Kemasan dan Network dianggap tetap. penelitian ini mendukung penelitian (R & Kurniawan, n.d.)
Itu mengejutkan dunia pendidikan di Indonesia ketika diumumkan hasilnya penelitian dari Universitas Harvard, Amerika Serikat (A.S.). Studi ini mengungkapkan bahwa pada Keberhasilan seseorang tidak ditentukan semata-mata oleh pengetahuan dan keterampilan teknis (keras keterampilan), tetapi oleh keterampilan mengelola diri sendiri

dan orang lain (soft skill). Penelitian ini mengungkapkan, kesuksesan ditentukan hanya sekitar 20% dengan hard skill dan sisanya 80% dengan soft skill. Keterampilan interpersonal juga dimiliki oleh seorang pengusaha, untuk melakukannya tugas kreatif. Elemen-elemen penting kreativitas, eksis dan pengembangan bisnis. Di Indonesia keragaman bisnis dan jumlah wirausahawannya tidak diperhitungkan seperti Amerika Serikat atau di negara lain. Sekitar 0,18% dari pengusaha, Oleh karena itu perlu dikembangkan soft skill untuk menumbuhkan jiwa wirausaha.

2. Implikasi Manajerial Setelah dilakukan pengujian hipotesis serta dimunculkannya implikasi teoritis

Selanjutnya perlu dikembangkan kebijakan manajerial yang diharapkan mampu memberikan sumbangan teoritis terhadap praktek manajemen. Beberapa implikasi dapat diturunkan dari hasil penelitian ini seperti berikut ini:

a. Pengaruh Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung variabel Modal Pengaruh langsung Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk = -0,093 karena pengaruh tidak langsung (-1,557548) < pengaruh langsungnya -0.093, maka variabel Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai mediasi variabel moderating antara Modal Usaha terhadap Daya Saing Produk, dan mempunyai korelasi lemah sehingga untuk meningkatkan Daya Saing Produk dipilih jalur langsung. Dapat dikatakan Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai variabel moderating antara Modal Kerja dengan Daya Saing Produk. Kebijakan konkrit yang direkomendasikan untuk Modal Usaha antara lain:

- 1) Kemudahan mendapatkan modal usaha, karena didukung oleh semua

pihak dengan tingkat bunga yang ringan

- 2) Modal pinjaman untuk berusaha, yang saya butuhkan jumlahnya lebih kecil dari modal sendiri
- 3) Mendapatkan modal usaha sangat mudah karena pelaku usaha di Beji bernaung dalam sebuah Lembaga/asosiasi/kelompok

b. Pengaruh Kemasan terhadap Daya Saing Produk

Pengaruh langsung Kemasan terhadap Daya Saing Produk = 0,151 lebih kecil dari pengaruh tidak langsung Kemasan terhadap Daya saing Produk dengan mediasi Entrepreneur Skill = 2,912 dan mempunyai korelasi cukup kuat sehingga untuk meningkatkan Meningkatkan Daya Saing Produk dipilih jalur tidak langsung. Dapat dikatakan Entrepreneur Skill efektif sebagai variabel moderating antara Kemasan dengan Daya Saing Produk. Kebijakan konkrit yang direkomendasikan untuk Modal Usaha antara lain:

- 1) Warna Produk Olahan Buah Naga dibuat Natural agar meningkatkan Ketertarikan konsumen.
- 2) Tingkat pemilihan bahan untuk kemasan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama sehingga produk olahan buah naga terjamin
- 3) Daya tarik produk olahan buah naga dari warnanya bagus dan aman.

c. Pengaruh Network terhadap Daya Saing Produk

Pengaruh langsung Network terhadap Daya Saing Produk = -0,127 lebih besar dari pengaruh tidak langsung Network terhadap Daya Saing Produk dengan mediasi = -0,456 dan mempunyai korelasi sangat kuat sehingga untuk meningkatkan Daya Saing Produk dipilih jalur langsung. Dapat dikatakan Entrepreneur Skill tidak efektif sebagai variabel moderating antara Network dengan Daya Saing Produk. Kebijakan konkrit yang direkomendasikan untuk Modal Usaha antara lain:

- 1) Teknologi dalam mencari relasi mengikuti Pameran/even dalam dan luar negeri dapat meningkatkan penjualan Produk Olahan Buah Naga
- 2) *Jejaring Sosial: Hubungan baik sanak family akan informasi, dapat meningkatkan penjualan Produk Olahan Buah Naga*
- 3) *Hubungan baik teman akan informasi, dapat meningkatkan penjualan Produk Olahan Buah Naga*

4. KESIMPULAN

Modal Usaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Entrepreneur Skill Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Kemasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Entrepreneur Skill Produk Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, *Network* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Entrepreneur Skill Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Entrepreneur Skill berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Modal Usaha berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Network berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Hasil uji secara bersama-sama (Uji F) diketahui besarnya nilai F sebesar 364,817 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel Modal Usaha, Kemasan, Network dan Entrepreneur Skill

berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Kemasan melalui Entrepreneur Skill merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Daya Saing Produk Olahan Buah Naga Organik Pada Kawasan Wisata Organik Beji Wonogiri, Nilai R^2 total adalah 0,969488 atau 96,9 %. Ini berarti bahwa Daya Saing Produk dijelaskan oleh variabel Modal usaha, Kemasan, Network dan Entrepreneur Skill sebagai variabel moderating sebesar 96,9%, dan sisanya sebesar 3,1% dijelaskan di variabel lain diluar model penelitian, Pengaruh langsung variabel independen Modal Usaha dan Network terhadap variabel dependen (Daya Saing Produk) lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung melalui Entrepreneur Skill maka penggunaan variabel moderating Entrepreneur Skill dalam rangka peningkatan Daya Saing Produk, untuk variabel Modal Usaha dan Network adalah tidak efektif. Sedangkan untuk pengaruh langsung variabel independen Kemasan terhadap variabel dependen (Daya Saing Produk) lebih besar daripada pengaruh tidak langsung melalui Entrepreneur Skill maka penggunaan variabel moderating Entrepreneur Skill dalam rangka peningkatan Daya Saing Produk, untuk variabel Kemasan adalah efektif.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agrowisata Organik Beji. (2016). Agrowisata Organik Beji.
- Dan, P., Bisnis, P., Kecil, U., & Keluarga, D. A. N. (N.D.). *Pembinaan Dan Pengembangan Bisnis Usaha Kecil Dan Keluarga*. 25–30.
- Desa, D. I., Dan, D., & Salatiga, K. (N.D.). *13 Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga (Endang Purwanti)*.

- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Handriani, E. (2011). Analisis Faktor Daya Saing Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 2, No. 1*, Pp: 17-25.
- Indira, F., Harvey, W., Januar, J., Kusmiati, A., Buah, A., Jember, K., ... Vol, J. (2009). *Trend Produksi Dan Prospek Pengembangan Komoditas Buah Naga Di Kabupaten Jember*. 3(2), 71-78.
- Kewirausahaan, J. (1999). *Kontribusi Soft Skill Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan (Hardi Utomo)*. 95-104.
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). *Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing Umkm Di Indonesia : Validasi Kuantitatif Model*. 15(1), 77-93.
- Lastriani. (2014). *Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja*. (2013), 9-50.
- Looy, B. Van, Callaert, J., & Debackere, K. (2006). *Publication And Patent Behavior Of Academic Researchers : Conflicting , Reinforcing Or Merely Co-Existing ?* 35, 596-608.
- Lukiastuti, F. (N.D.). *Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm Dengan Komitmen Perilaku (Studi Empiris Pada Sentra Ukm Batik Di Sragen , Jawa Tengah)*.
- Muharam, A. S. (2011). Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness Dan Dampaknya Pada Minat Beli Konsumen . In U. Diponegoro, *Skripsi* . Semarang: Universitas Diponegoro.
- Nuryanti, B. L. (N.D.). (*Survei Pada Mahasiswa Fpips Universitas Pendidikan Indonesia*). 31-43.
- Pendidikan, J., Rupa, S., Anggraini, R. D., Pendidikan, P., Rupa, S., Surabaya, U. N., ... Kemasan, D. (2017). *Perancangan Desain Kemasan Untuk Gallery Dahlia Sidoarjo*. 05, 71-78.
- Prabowo, R. (2010). *Kebijakan Pemerintah Dalam Mewujudkan Ketahanan Pangan Di Indonesia Rossi Prabowo Staf Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim Semarang*. 6(2), 62-73.
- R, L. R., & Kurniawan, D. (N.D.). *Pengembangan Usaha Melalui Peningkatan Kemampuan Bersaing Produk Umkm Dalam Memasuki Masyarakat Ekonomi Asean*. 21(2), 104-110.
- Sidrap, K. (N.D.). *Analisis Penggunaan Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Pada Cv Mitra Mandiri Kabupaten Sidrap*. 3(004), 48-60.
- Susilo, Y. S. (2010). *Strategi Meningkatkan Daya Saing Umkm Dalam Menghadapi Implementasi Cafta Dan Mea*. 8(2), 70-78.
- Susilo, Y. S. (Agustus 2010). Strategi Meningkatkan Menghadapi Implementasi Cafta Dan Mea. *Buletin Ekonomi Vol. 8, No. 2*, , Hal 70-170.
- Taufan, G. (N.D.). *Model Pengembangan Jejaring Wirausaha Dalam*.
- Thobias, E., & Tungka, D. A. K. (2013). *Journal " Acta Diurna " Edisi April 2013*. (April).
- Tambunan, Tulus, 2008, *Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia : Beberapa Isu Penting*, Salemba Empat, Jakarta
- Zatira, D., & Tangerang, U. M. (2015). *No Title*.