

MUTU PRODUK, KEMASAN DAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP DAYA SAING PADA UMKM BIDANG KULINER DI DESA CILEUNGSI - BOGOR

Syamsudin Baharsyah¹, Rico Septia B², Nurhasan³, Hasanudin⁴, Rizky Muyasar⁵

¹ Fakultas Ilmu Sosial dan Teknologi, Program Studi Manajemen Ritel, Universitas Medika Suherman Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

² Fakultas, Program Studi, Nama Institusi, Kota, Indonesia
syamsudinbaharsyah865@gmail.com¹, ricoseptia2@gmail.com², hasandhega71@mail.com³,
hasanudinums88@gmail.com⁴, rizkymuyasar@gmail.com⁵

Abstrak—Mutu produk, kemasan dan harga merupakan tiga dari beberapa faktor yang mempengaruhi terhadap daya saing usaha. Untuk membuktikan adanya pengaruh dari ketiganya, maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan yaitu untuk mengetahui dan menganalisis mutu produk, kemasan dan harga secara bersamaan terhadap daya saing pada UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi-Bogor. Penelitian ini dilakukan di Desa Cileungsi, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia dengan menetapkan responden yaitu para pelaku usaha UMKM bidang kuliner. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multivariate* dengan korelasi atau regresi berganda. Jumlah anggota sampel pada penelitian ini sebanyak 52 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan meminta para pelaku usaha untuk mengisi kuesioner. Penelitian ini menghasilkan temuan diantaranya yaitu: mutu produk, kemasan dan harga mempengaruhi sebesar 69,5% terhadap daya saing pada UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi-Bogor. Berdasarkan hasil temuan dari penelitian tersebut, maka disarankan agar para pelaku usaha UMKM bidang kuliner memperbaiki dan meningkatkan mutu produk, kemasan dan harga.

Kata Kunci: Mutu Produk, Kemasan, Harga, Daya Saing.

Abstract— *Product quality, packaging and price are three of several factors that influence business competitiveness. To prove the influence of the three, this study was conducted with the aim of knowing and analyzing product quality, packaging and price simultaneously on the competitiveness of culinary MSMEs in Cileungsi Village-Bogor. This study was conducted in Cileungsi Village, Cileungsi District, Bogor Regency, West Java Province, Indonesia by determining respondents, namely culinary MSME business actors. This study uses a non-probability method with a purposive sampling technique. The analysis used in this study is multivariate with correlation or multiple regression. The number of sample members in this study was 52 respondents. The data collection method was carried out by asking business actors to fill out a questionnaire. This study produced findings including: product quality, packaging and price affect 69.5% of the competitiveness of culinary MSMEs in Cileungsi Village-Bogor. Based on the findings of the study, it is recommended that culinary MSME business actors improve and enhance product quality, packaging and prices.*

Keywords: *Product Quality, Packaging, Price, Competitiveness.*

1. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi Indonesia, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menduduki peran yang cukup strategis dan penting. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia [1] telah menargetkan rasio kewirausahaan nasional dalam RPJMN mencapai 3,9% dan pertumbuhan wirausaha baru sebesar 4% pada tahun 2024. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia.

Mutu produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya [2]. Sementara itu kemasan produk menurut Philip Kotler dalam [3] menyatakan bahwa kemasan memiliki makna yakni sebuah aktivitas atau kegiatan dalam merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. Sedangkan

sebuah harga menurut Fetrisen dalam sebuah jurnal [4] bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam menjual suatu produk maupun jasa untuk memenangkan suatu persaingan. Kemudian daya saing adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk melakukan dengan baik diadaptasi dari kemampuan perusahaan yang akan bersaing, dapat mencapai posisi kompetitif menguntungkan yang memungkinkan bersaing pada kinerja perusahaan. Menurut pendapat [5].

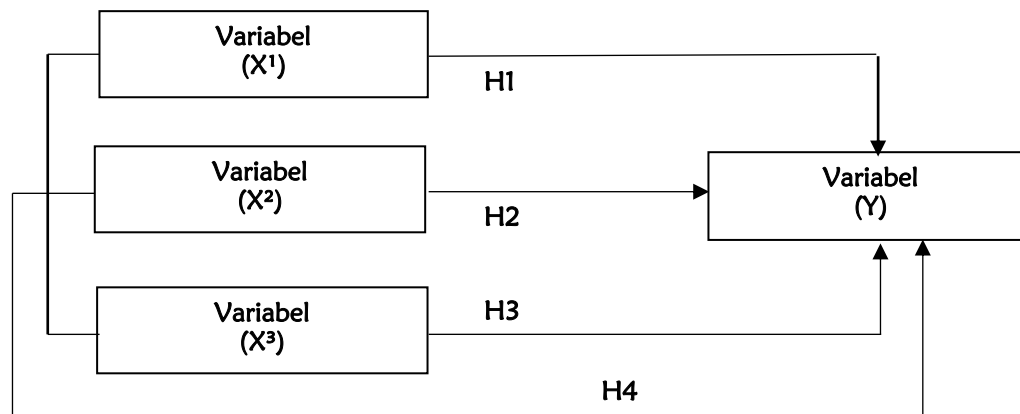
Kemasan sebuah produk merupakan salah satu hal penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan keputusan membeli terhadap sebuah produk. Saat ini sudah banyak beragam kemasan untuk produk kuliner oleh-oleh yang menarik dan dari berbagai bahan. Berbagai jenis bahan kemasan produk oleh-oleh diantaranya plastik dengan berbagai ketebalan, box karton, kaleng, kertas. Kemasan sebagai salah satu media komunikasi visual dari produk membutuhkan sebuah kreativitas dalam menyampaikan isi dari kemasan tersebut. Visualisasi sebuah kemasan produk kuliner hendaknya dapat mencerminkan isi dari kemasan tersebut [6].

Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan oleh penjual. Ada juga yang mengatakan definisi harga yaitu nilai uang yang dibebankan kepada pembeli untuk memiliki manfaat dari suatu produk (barang atau jasa) yang dibeli dari penjual atau produsen. Penggunaan istilah “harga” umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan.

Daya saing merupakan kemampuan perusahaan, industri, wilayah, negara, atau antar wilayah membuat faktor pendapatan & faktor pekerjaan yang relatif lebih tinggi & berkesinambungan buat menghadapi persaingan internasional. Oleh karenanya pada konteks kabupaten/kota menjadi sebuah organisasi, daya saing diartikan menjadi kemampuan kabupaten/kota buat menyebarkan kemampuan ekonomi sosial daerahnya guna menaikkan kesejahteraan rakyat pada daerahnya. Daya saing merupakan konsep perbandingan kemampuan & kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara buat menjual & memasok barang & atau jasa yg diberikan pada pasar. Daya saing sebuah negara bisa dicapai berdasarkan akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) berada dalam lingkup perusahaan [7].

1.1 Kerangka Konsep

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Variabel independen (X^1) yakni Mutu Produk yang dilakukan oleh usaha UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi - Bogor, berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y) yakni Daya Saing, kemudian dengan variabel independen (X^2) yakni Kemasan yang dilakukan oleh usaha UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi - Bogor, pengaruhnya secara parsial terhadap variabel dependen (Y) yakni Daya Saing. Selanjutnya variabel independen (X^3) yakni Harga yang dilakukan oleh usaha UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi - Bogor, pengaruhnya secara parsial terhadap variabel dependen (Y) yakni Daya Saing. Kemudian pengaruhnya secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen yakni Mutu Produk (X^1), Kemasan (X^2) dan Harga (X^3) yang dilakukan oleh usaha UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi - Bogor, terhadap variabel dependen Daya Saing (Y).

1.2 Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan dan mengacu pada kerangka konsep penelitian yang ada di dalam kegiatan penelitian ini, maka dirumuskan beberapa hipotesis dari variabel yang diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Diduga bahwa variabel independen (Mutu Produk) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Daya Saing) pada UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi – Bogor.
2. Diduga bahwa variabel independen (Kemasan) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Daya Saing) pada UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi – Bogor.
3. Diduga bahwa variabel independen (Harga) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Daya Saing) pada UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi– Bogor.

Diduga bahwa variabel independen (Mutu Produk, Kemasan dan Harga) secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Daya Saing) pada UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi – Bogor.

2. METODOLOGI PENELITIAN

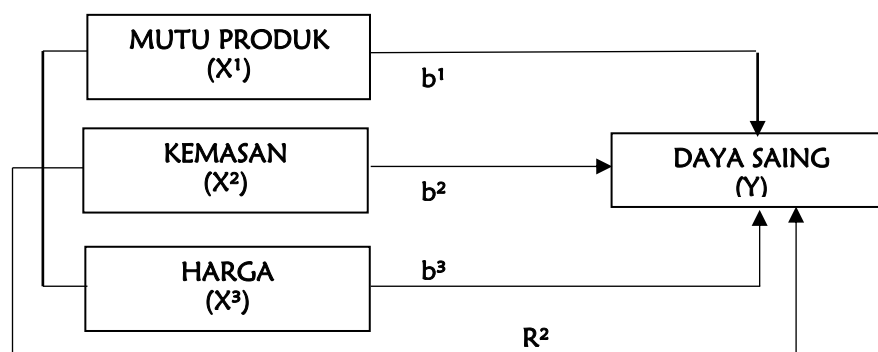
2.1 Sampel Penelitian

Menurut [8] menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Selain itu juga mengemukakan bahwa teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah sampel diambil dari para pelaku usaha UMKM bidang kuliner di wilayah Desa Cileungsi. Menurut [9] populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang akan diteliti. Selanjutnya teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *random sampling*, yang dimana teknik *random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel [10]. Jumlah sampel penelitian ini ditetapkan oleh peneliti yaitu sebanyak 52 (lima puluh dua) pelaku usaha UMKM bidang kuliner.

2.2 Desain Penelitian

Menurut [11] menyatakan bahwa desain penelitian adalah suatu rancang bangun rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaannya penelitian. Rencana merupakan suatu skema menyeluruh yang mencakup program penelitian. Desain penelitian bagi seorang peneliti adalah untuk menentukan dan menggunakan langkah-langkah tentang apa saja yang menjadi pegangan atau pedoman metode dalam melakukan penelitian. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Sedangkan menurut [8] bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen-instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pelaksanaan kegiatan penelitian ini ditujukan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dengan cara mencari besarnya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pelaksanaan penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Mutu Produk, Kemasan dan Harga terhadap Daya Saing pada UMKM bidang kuliner di Desa Cileungsi - Bogor. Adapun desain penelitian lengkap di dalam kegiatan penelitian ini dapat digambarkan secara detil yaitu sebagai berikut:

Gambar 2. Desain Penelitian



Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

2.3 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan pendapat [12] bahwa *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini kuesioner penelitian yang dibagikan kepada responden yaitu dengan menggunakan teknik skala *likert*. Operasionalisasi variabel penelitian dapat dituangkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi variabel

Variabel	Indikator	Skala
Mutu Produk (X ¹)	<ul style="list-style-type: none"> • Performa (<i>performance</i>) • Keistimewaan (<i>features</i>) • Keandalan (<i>reliability</i>) • Konformansi (<i>conformance</i>) • Daya tahan (<i>durability</i>) • Kemampuan pelayanan (<i>service ability</i>) • Estetika (<i>aesthetics</i>) • Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>) 	Skala likert 1-5
Kemasan (X ²)	<ul style="list-style-type: none"> • Perlindungan Produk • Identifikasi dan Informasi • Diferensiasi dan Branding • Fasilitas Penyimpanan dan Distribusi • Pengaruh Keputusan Pembelian 	Skala likert 1-5
Harga (X ³)	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk Mendapatkan Pangsa Pasar • Meningkatkan Keuntungan • Menjaga Loyalitas Konsumen • Menjaga Daya Saing 	Skala likert 1-5
Daya Saing (Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Harga Bersaing • Kualitas Produk • Keunikan Produk • Kinerja Keuangan 	Skala likert 1-5

Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

2.4 Metode Analisis

Menurut [12] bahwa analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan

Selanjutnya untuk memperoleh dan mempercepat penginputan data, *software* yang digunakan ialah SPSS versi 26 *for windows*. Dimana data-data mentah yang telah diolah menjadi angka-angka kemudian diinput ke dalam program SPSS, dalam menguji validitas dan reliabilitas serta regresi linier berganda yang digunakan dalam mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid (handal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji validitas ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel. Nilai *r* hitung diambil dari *output SPSS* pada kolom *Corelated Item–Total Correlation*. Sedangkan nilai *r* tabel diambil dengan menggunakan rumus $df = n - 2$ Ghozali, (2016). Yaitu $df = 52 - 2 = 50$, dengan distribusi signifikansi uji dua arah 5% sehingga menghasilkan nilai *r* tabel sebesar 0.2732.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Mutu Produk (X ¹)	1	0.792	0.2732	Valid
	2	0.820	0.2732	Valid
	3	0.621	0.2732	Valid
	4	0.611	0.2732	Valid
	5	0.813	0.2732	Valid
	6	0.791	0.2732	Valid
	7	0.746	0.2732	Valid
Kemasan (X ²)	1	0.474	0.2732	Valid
	2	0.636	0.2732	Valid
	3	0.731	0.2732	Valid
	4	0.704	0.2732	Valid
	5	0.468	0.2732	Valid
	6	0.807	0.2732	Valid
	7	0.744	0.2732	Valid
Harga (X ³)	1	0.475	0.2732	Valid
	2	0.632	0.2732	Valid
	3	0.730	0.2732	Valid
	4	0.703	0.2732	Valid
	5	0.469	0.2732	Valid
	6	0.809	0.2732	Valid
	7	0.748	0.2732	Valid
Daya Saing (Y)	1	0.808	0.2732	Valid
	2	0.885	0.2732	Valid
	3	0.766	0.2732	Valid
	4	0.723	0.2732	Valid
	5	0.824	0.2732	Valid
	6	0.566	0.2732	Valid
	7	0.776	0.2732	Valid

Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil uji validitas variabel independen dan dependen yang dilakukan menunjukkan bahwa semua nilai korelasi untuk semua pertanyaan atau pernyataan questioner yaitu nilai r hitung > r tabel sebesar 0.2732. Dengan demikian semua pertanyaan/pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Nilai Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Mutu Produk (X ¹)	0,908	0,600	Reliabel
Kemasan (X ²)	0,869	0,600	Reliabel
Harga (X ³)	0,863	0,600	Reliabel
Daya Saing (Y)	0,923	0,600	Reliabel

Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari hasil perhitungan uji reliabilitas diatas yakni nilainya lebih besar dari > 0.600, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada variabel X¹, X², X³ dan Y dapat dinyatakan *reliabel* sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

3.3 Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficientsa

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Mutu Produk	.667	1.500
	Kemasan	.667	1.500

Harga	.667	1.500
a. Dependent Variable: Daya Saing		
a. Dependent Variable: Penjualan		

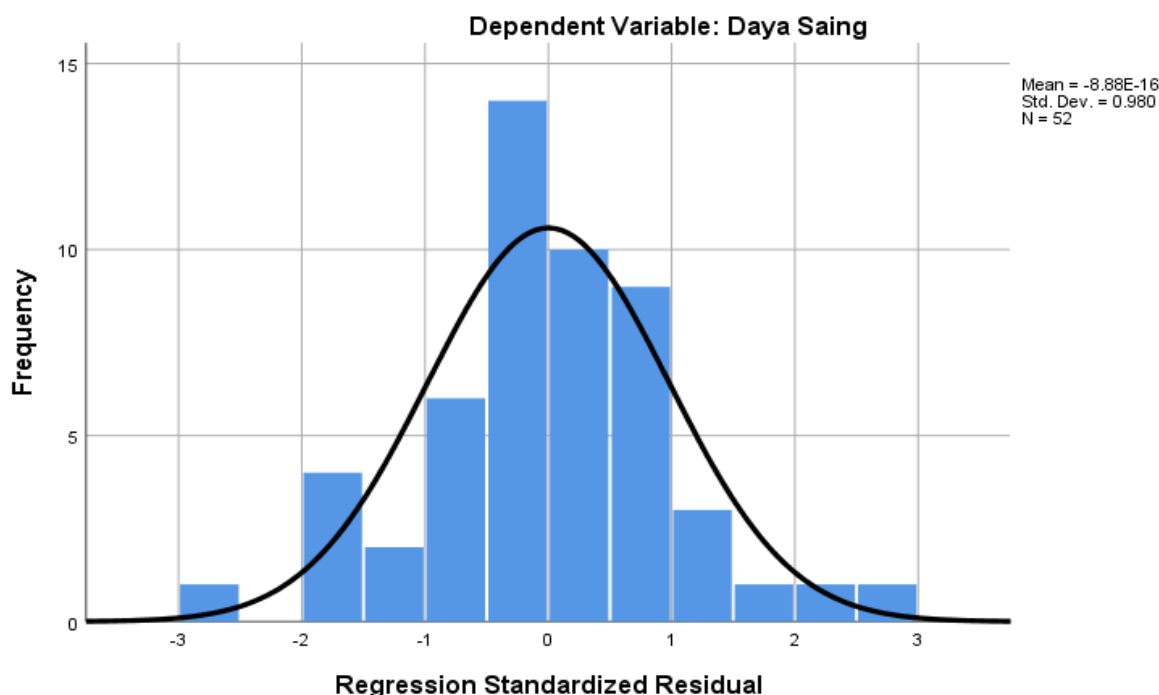
Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Berdasarkan data dari hasil uji Multikolinieritas yang ditunjukkan dalam data tabel 6.12 diatas, didapatkan hasil bahwa nilai VIF untuk variabel Mutu Produk $1.500 < 10.00$, VIF variabel Kemasan $1.500 < 10.00$, dan untuk VIF variabel Harga $1.500 < 10.00$, kemudian untuk nilai *Tolerance* variabel Mutu Produk $0,667 > 0,2$, dan nilai *Tolerance* variabel Kemasan $0,667 > 0,2$, dan nilai *Tolerance* variabel Harga $0,667 > 0,2$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil analisis data tersebut tidak terjadi multikolonieritas, sehingga uji multikolonieritas terpenuhi.

3.4 Uji Normalitas: Histogram

Uji normalitas dengan Histogram adalah menguji normalitas variabel data penelitian secara grafis, yaitu dengan cara melihat hasil output dari distribusi data. Apabila kurva (garis lengkung) menunjukkan kondisi normal tegak, maka dapat dikatakan bahwa data yang diuji tersebut dikatakan berdistribusi normal. Hal ini sebagaimana dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 3. Uji Normalitas Histogram
Histogram



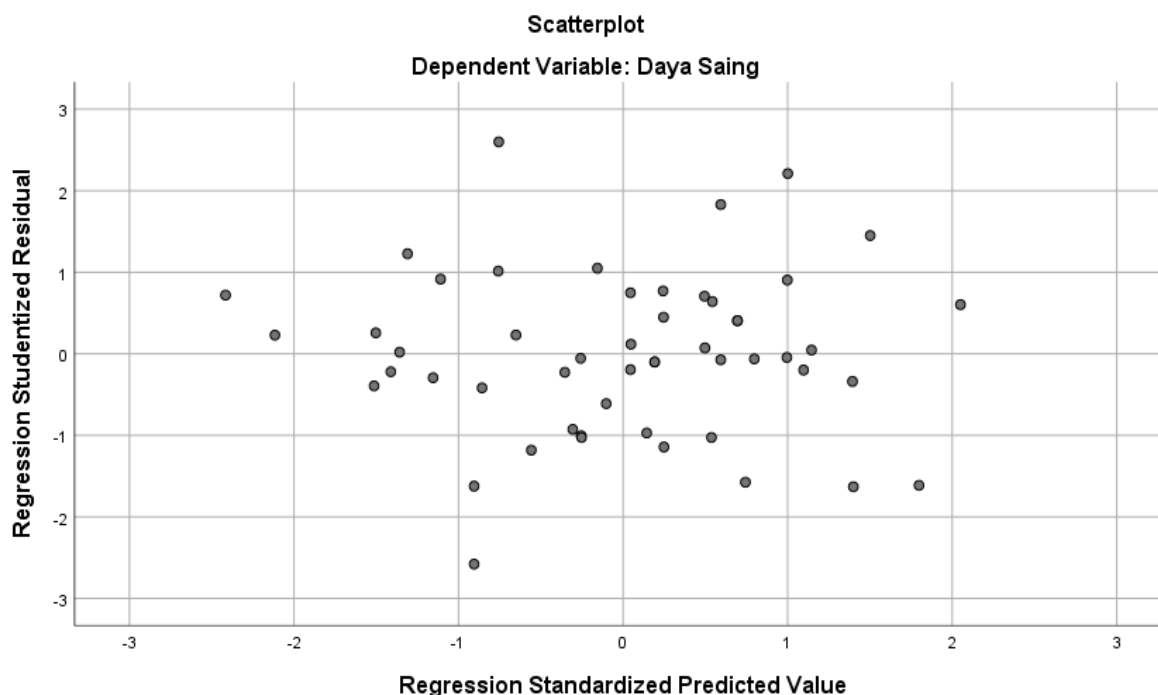
Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Berdasarkan gambar Histogram diatas, dapat dilihat, kurva (garis lengkung) menunjukkan kondisi normal tegak, sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diuji tersebut dikatakan berdistribusi normal.

3.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Yaitu sebagai berikut:

Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas



Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Berdasarkan data yang disajikan diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka dengan demikian tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.6 Uji t

Tabel 5. Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.058	2.713			-.021	.983
	Mutu Produk	.714	.097	.708		7.337	.000
	Kemasan	.242	.122	.192		1.986	.053
	Harga	.241	.123	.194		1.985	.055

a. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan diketahui bahwa Nilai t hitung dari variabel Mutu Produk diperoleh yakni sebesar 7.337 dengan nilai Sig. 0,000 sehingga nilai t hitung > t tabel (7.337 > 1,676) dan nilai Sig < nilai probabilitas (0,000 < 0,05), nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Mutu Produk berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Daya Saing. Nilai t hitung dari variabel Kemasan yang diperoleh yakni sebesar 1.986 dengan nilai Sig. 0,053 sehingga nilai t hitung > t tabel (1.986 > 1,676) dan nilai Sig < nilai probabilitas (0,053 < 0,05), nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Daya Saing. Kemudian nilai t hitung dari variabel Harga yang diperoleh yakni sebesar 1.985 dengan nilai Sig. 0,055 sehingga nilai t hitung > t tabel (1.985 > 1,676) dan nilai Sig < nilai probabilitas (0,055 < 0,05), nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Daya Saing.

3.7 Uji F

Tabel 6. Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1156.203	2	578.102	55.947	.000 ^b
	Residual	506.316	49	10.333		
	Total	1662.519	51			

a. Dependent Variable: Daya Saing

b. Predictors: (Constant), Mutu Produk, Kemasan, Harga

Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil uji analisis data yang sudah dilakukan, maka data yang diperoleh seperti yang disajikan dalam tabel 6.15 diatas maka ditarik sebuah kesimpulan bahwa dari hasil pengujian tersebut diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 55.947 sehingga nilai F hitung > F tabel (55.947 > 3,183) dan nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, yang memiliki arti bahwa variabel Mutu Produk, Kemasan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Daya Saing.

3.8 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Model Summary Regresi Linier Ganda X¹ dan X² terhadap Y

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.834 ^a	.695	.683	3.21450	

a. Predictors: (Constant), Mutu Produk, Kemasan, Harga

b. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber data penelitian yang diolah tahun 2024

Data tabel tersebut menunjukkan nilai koefisien korelasi R = 0,834 dan koefisien determinasi ganda R² = 0,695. Koefisien menyatakan hubungan simultan variabel independen (X¹, X² dan X³) dengan variabel dependen (Y). Koefisien determinasi menyatakan kontribusi variabel independen (X¹, X² dan X³) dalam menerangkan variabilitas variabel dependen (Y).

Koefisien determinasi ganda R² = 0,695 memiliki nilai probabilitas F hitung sebesar Sig F = 0.000. Karena p ≠ 0 dan probabilitas F hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian (Sig F < α yaitu 0.000 < 0.05), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti pengaruh variabel Mutu Produk (X¹), Kemasan (X²) dan variabel Harga (X³) secara simultan terhadap variabel Daya Saing (Y). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,5% variabel Daya Saing (Y) dipengaruhi secara simultan oleh variabel Mutu Produk (X¹), Kemasan (X²) dan variabel Harga (X³). Sedangkan sisanya sebesar 30,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

3.9 Persamaan Regresi

$$Y = -0,058 + 0,714 X^1 + 0,242 X^2 + 0,241 X^3$$

(0,983) (0,000) (0,053) (0,055)

Nilai Konstan a sebesar -0,058 tidak signifikan karena nilai probabilitas hitung lebih tinggi dari taraf uji penelitian (Sig t > α atau 0,983 > 0,05). Hal ini dapat diartikan bahwa jika variabel Mutu Produk (X¹), Variabel Kemasan (X²) dan variabel Harga (X³) tidak ada atau bernilai nol maka variabel Daya Saing (Y) akan bernilai negatif sebesar -0,058. Koefisien regresi variabel Mutu Produk (X¹) sebesar b¹ = 0,714 memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar Sig t = 0,000. Karena b¹ ≠ 0 dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian (Sig t < α atau 0,000 < 0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti pengaruh parsial variabel Mutu Produk (X¹) terhadap variabel Daya Saing (Y) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial variabel Mutu Produk (X¹) terhadap variabel Daya Saing (Y) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel Mutu Produk (X¹) maka semakin tinggi pula variabel Daya Saing (Y). Koefisien regresi variabel Kemasan (X²) sebesar b² = 0,242 memiliki nilai probabilitas t

hitung sebesar $\text{Sig } t = 0,053$. Karena $b^2 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih tinggi daripada taraf uji penelitian ($\text{Sig } t > \alpha$ atau $0,053 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti pengaruh parsial variabel Kemasan (X^2) terhadap Daya Saing (Y) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial variabel Kemasan (X^2) terhadap variabel Daya Saing (Y) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel Kemasan (X^2) maka semakin tinggi pula variabel Daya Saing (Y). Koefisien regresi variabel Harga (X^3) sebesar $b^3 = 0,241$ memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar $\text{Sig } t = 0,055$. Karena $b^3 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih tinggi daripada taraf uji penelitian ($\text{Sig } t > \alpha$ atau $0,055 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti pengaruh parsial variabel Harga (X^3) terhadap Daya Saing (Y) signifikan. Signifikansi hasil pengujian membuktikan adanya pengaruh parsial variabel Harga (X^3) terhadap variabel Daya Saing (Y) yang bernilai positif. Pengaruh positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel Harga (X^3) maka semakin tinggi pula variabel Daya Saing (Y).

3.10 Pembahasan

Koefisien determinasi ganda $R^2 = 0,695$ memiliki nilai probabilitas F hitung sebesar $\text{Sig } F = 0,000$. Karena $\rho \neq 0$ dan probabilitas F hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ($\text{Sig } F < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh variabel Mutu Produk (X^1), Kemasan (X^2) dan variabel Harga (X^3) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Daya Saing (Y). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,5% variabel Daya Saing (Y) dipengaruhi secara bersama-sama (simultan) oleh variabel Mutu Produk (X^1), variabel Kemasan (X^2) dan variabel Harga (X^3). Sedangkan sisanya sebesar 30,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini seperti faktor pelayanan, promosi, penjualan, distribusi, pelayanan dan lain-lain.

Pengaruh Mutu Produk lebih dominan daripada Kemasan dan Harga, hal ini terbukti dari nilai koefisien regresi Mutu Produk sebesar $b^1 = 0,714$ lebih besar daripada nilai koefisien regresi Kemasan sebesar $b^2 = 0,242$, dan nilai koefisien regresi Harga sebesar $b^3 = 0,241$. Oleh karena itu apabila para pelaku usaha UMKM Bidang Kuliner di Desa Cileungsi – Bogor, ingin meningkatkan Daya Saing dan meningkatkan keuntungan yang maksimal serta mendapatkan pelanggan yang loyal, maka para pelaku usaha UMKM Bidang Kuliner di Desa Cileungsi – Bogor tersebut harus lebih meningkatkan lagi standar Mutu Produk. Penelitian sesuai dengan hasil penelitian [5] yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Saing Pasar Terhadap Volume Penjualan Usaha Kripik Singkong “Kurnia” Di Kabupaten Labuhanbatu, juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [14] yang berjudul Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada inkoffie sidoarjo dengan promosi sebagai variabel intervening.

4. KESIMPULAN

Setelah dilakukan analisis dan diketahui hasilnya maka peneliti melakukan pembahasan dan mengambil suatu kesimpulan bahwa Koefisien determinasi ganda $R^2 = 0,695$ memiliki nilai probabilitas F hitung sebesar $\text{Sig } F = 0,000$. Karena $\rho \neq 0$ dan probabilitas F hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian ($\text{Sig } F < \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh variabel Mutu Produk (X^1), variabel Kemasan (X^2) dan variabel Harga (X^3) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel Daya Saing (Y). Dari nilai koefisien determinasi ganda tersebut diatas dapat dijelaskan bahwa sebesar 69,5% variabel Daya Saing (Y) dipengaruhi secara bersama-sama (simultan) oleh variabel Mutu Produk (X^1), variabel Kemasan (X^2) dan variabel Harga (X^3). Sedangkan sisanya sebesar 30,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini seperti faktor bahan baku yang berkualitas, standar kontrol yang ketat sebelum produk dilepas ke pasaran, pengawasan dan evaluasi berjenjang, menjaga kebersihan produk dan lingkungan dan lain-lain. Untuk itu para pelaku usaha UMKM di Desa Cileungsi – Bogor hendaknya lebih memperhatikan juga faktor Kemasan dan Harga, walaupun jika kita lihat berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa pengaruh Kemasan dan Harga, lebih kecil nilainya bila dibandingkan dengan Mutu Produk terhadap Daya Saing, bukan berarti faktor Kemasan dan Harga, ini diabaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kemenko Perekonomian Republik Indonesia, “UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia,” 2021.
- [2] Kotler & Armstrong, *Prinsip Prinsip Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2019.
- [3] Siti Asriah Immawati, “Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang,” *Pros. Semin. Nas. Unimus*, vol. 1, no. 5, pp. 487–495, 2018.
- [4] Muhamad Irvan Noor Maulana, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Artfresh,” *PERFORMA J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 5, no. 6, pp. 512–521, 2021.
- [5] M. F. N. Sutriani, Zulkarnain Nasution, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Saing Pasar Terhadap Volume Penjualan Usaha Kripik Singkong ‘Kurnia’ Di Kabupaten Labuhanbatu,” *J. EK&BI*, vol. 5, pp. 200–207, 2022, doi: 10.37600/ekbi.v5i1.454.
- [6] B. S. T. Cahyani Tunggal Sari, “Peran Kemasan dan Legalitas dalam Pemasaran Domestik dan Mancanegara Produk Kuliner Oleh-oleh Khas Solo,” *J. Manaj. Bisnis Indones.*, vol. 3, no. 2012, pp. 347–356, 2016.
- [7] Mudrajad Kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia : Menuju Negara Industri Baru 2030?* Yogyakarta: Sinar Grafika, 2007.
- [8] Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*, Edisi 1 Ce. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [9] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Cet.13. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- [10] Prof. Dr. Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.” Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- [11] D. B. M. S. Prof. Dr. Drs. H. Khairinal, *PENELITIAN KUALITATITF Teori, Model, dan Skema Proposal, Skripsi, Tesis dan Disertasi Untuk Penelitian Penyelesaian Studi*. Jambi: Salim Media Indonesia, 2018.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta, 2017.
- [13] Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- [14] I. K. Nuriyono, Tin Agustina, “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada inkoffie sidoarjo dengan promosi sebagai variabel intervening,” *JUBIS*, vol. 4, no. 1, pp. 62–71, 2023.
- [15] G. A. Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2008.