
**ANALISIS DAYA SAING PRODUK KUE TRADISIONAL KHAS SULAWESI UTARA
(STUDI KASUS PELAKU USAHA MIKRO KUE TRADISIONAL DI AIRMADIDI)**

*ANALYSIS THE COMPETITIVENESS OF TRADITIONAL COOKIE PRODUCT OF NORTH SULAWESI
(CASE STUDY MICRO ENTERPRISES ACTORS OF TRADITIONAL COOKIE IN AIRMADIDI)*

Oleh:

**Marthin Thomas Mumbunan¹
Ferdy Roring²**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[1mumbunanmarthin@gmail.com](mailto:mumbunanmarthin@gmail.com)

[2ferdyroring@gmail.com](mailto:ferdyroring@gmail.com)

Abstrak: Daya saing produk merupakan kunci kesuksesan bagi para pelaku usaha. Di era modern sekarang ini, pelaku usaha harus bisa menciptakan produk yang memiliki daya saing agar dapat bertahan atau bahkan unggul dalam pasar. Melalui upaya efisiensi biaya, mendorong kualitas produk yang bersifat resisten, pengoptimalan waktu dalam proses operasi serta menciptakan produk yang fleksibel dalam memenuhi kebutuhan dan atau keinginan konsumen yang beragam, pelaku usaha dapat meningkatkan produktivitas dan profitabilitas yang merupakan cerminan dari daya saing produk yang dihasilkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis daya saing produk kue tradisional khas Sulawesi Utara yang dihasilkan pelaku usaha di Airmadidi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang memaparkan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing produk kemudian data yang diperoleh digunakan dalam menghitung tingkat produktivitas dan profitabilitas pelaku usaha untuk mengukur daya saing produk. Data yang digunakan adalah data primer berupa hasil wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk kue tradisional khas Sulawesi Utara yang dihasilkan para pelaku usaha di Airmadidi dinyatakan berdaya saing. Hal ini didukung hasil perhitungan tingkat produktivitas dan profitabilitas yang stabil dan cenderung meningkat.

Kata kunci: daya saing, produk.

Abstract: Product competitiveness is the key to success for business actors. In today's modern era, entrepreneurs must be able to create products that have the competitiveness in order to survive or even superior in the market. Through cost-efficiency efforts, encouraging the quality of resistant products, optimizing the time in the process of operation and creating flexible products in meeting the needs and or desires of various consumers, business actors can improve productivity and profitability that is a reflection of the competitiveness of products produced. The purpose of this research is to know and analyze the competitiveness of traditional cookie products typical of North Sulawesi produced by micro enterprises actors in Airmadidi. This research uses qualitative descriptive method that exposes and analyzes factors influencing product competitiveness then the data obtained is used in calculating productivity and profitability level of business actor to measure product competitiveness. The data used are primary data in the form of interview result. The results showed that traditional cookie products typical of North Sulawesi produced by micro enterprises actors in Airmadidi declared competitive. This is supported by the calculation of productivity and profitability levels are stable and tend to increase.

Keywords: competitiveness, product.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini, perubahan terjadi semakin cepat dan berdampak besar dan luas bagi perekonomian. Hal ini dirasakan tidak hanya oleh satu atau beberapa negara saja, tapi dirasakan oleh semua negara. Salah satu dampak dari perubahan tersebut adalah tingkat persaingan di berbagai sektor yang semakin ketat. Daya saing merupakan faktor yang memiliki peran penting dalam siklus perekonomian, khususnya dalam proses produksi barang dan jasa yang dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar. Daya saing menjadi kunci keberhasilan yang harus dimiliki setiap negara, industri dan perusahaan agar bisa bertahan atau bahkan unggul dalam lingkungan yang kompetitif. Daya saing suatu negara dan daerah dipengaruhi oleh daya saing industri dalam suatu negara dan daerah, dan daya saing industri dipengaruhi oleh daya saing perusahaan bahkan produk yang dihasilkan suatu industri. Oleh karena itu, peningkatan daya saing produk adalah hal yang penting untuk dilakukan.

Sulawesi Utara memiliki industri-industri yang bergerak di berbagai sektor. Bidang pariwisata, Sulawesi Utara memiliki banyak potensi. Sulawesi Utara menjadi salah satu destinasi wisata utama di Indonesia khususnya di Indonesia bagian timur. Kuliner khas merupakan salah satu kekuatan utama yang dimiliki Sulawesi Utara. Makanan yang didalamnya termasuk beragam kue yang memiliki cita rasa yang khas menarik perhatian para wisatawan domestik maupun mancanegara. Airmadidi adalah salah satu ibu kota kabupaten di Sulawesi Utara yang dikenal dengan kuliner tradisional khususnya kue tradisional. Hal ini menjadi peluang yang kemudian dimanfaatkan para pelaku usaha yang masuk dalam kategori usaha mikro di Airmadidi untuk membangun atau mengembangkan usaha kue tradisional.

Perkembangan lingkungan usaha yang bergerak dan berkembang semakin cepat dengan tingkat persaingan yang semakin tinggi maka pengembangan usaha di dalamnya usaha mikro kue tradisional di Airmadidi menjadi mutlak untuk dilakukan. Daya saing menjadi salah satu fokus yang harus diperhatikan dalam usaha kue tradisional ini. Adapun pengukuran daya saing pada tingkatan perusahaan bisa menggunakan rasio produktivitas dan profitabilitas sebagai dampak dari daya saing itu sendiri serta mengkaji indikator-indikator kualitatif seperti kepemimpinan biaya, dan diferensiasi produk dari segi kualitas dan fleksibilitas serta efisiensi waktu. Produk usaha mikro kue tradisional khas Sulawesi Utara di Airmadidi perlu memperhatikan hal-hal tersebut untuk bisa meningkatkan daya saing.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui daya saing produk kue khas Sulawesi Utara oleh pelaku usaha mikro kue tradisional di Airmadidi untuk dijadikan acuan dalam perbaikan dan pengembangan produk tersebut

TINJAUAN PUSTAKA

Daya Saing

Surachman (2007: 4) mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan atau keunggulan yang dipergunakan untuk bersaing pada pasar tertentu. Daya saing ini diciptakan melalui pengembangan terus menerus di semua lini dalam organisasi, utamanya di sektor produksi. Bila sebuah organisasi melakukan pengembangan terus menerus akan mampu meningkatkan kinerja.

Daya saing dianggap sebagai kriteria utama untuk menilai keberhasilan negara, industri dan perusahaan. Sehubungan dengan lingkungan bisnis yang makin kompetitif dan dinamis, jika perusahaan ingin sukses di arena persaingan, mereka harus memiliki keunggulan kompetitif yang berarti menciptakan dan mempertahankan kinerja optimal (Mehrelaian dan Shabaninejad, 2014: 351).

Krajewski, Ritzman dan Malhotra (2007: 49) menjelaskan dimensi daya saing dalam 4 bagian, yaitu: (1) biaya, (2) kualitas, (3) waktu dan (4) fleksibilitas. Dlamini, Kirsten dan Masuku (2014: 64-65) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah teknologi, biaya bahan baku, efisiensi proses produksi dari segi waktu dan biaya, kualitas produk dan diferensiasi, periklanan dan promosi serta faktor eksternal seperti dukungan pemerintah dan kondisi persaingan pasar.

Produk

Kotler dan Keller (2009: 149) mendefinisikan produk sebagai suatu sifat yang kompleks dapat diraba, termasuk bugkus, warna, harga, prestasi perusahaan dan pengecer yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Batasan produk adalah suatu yang dianggap memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa suatu benda, rasa, kegiatan, orang, tempat, organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain yang sejenis. Claessens (2017) mengklasifikasikan produk berdasarkan kebiasaan membeli konsumen menjadi: (1) *convenience product*, yaitu produk atau layanan konsumen yang biasanya sering dibeli oleh pelanggan, segera dan tanpa perbandingan atau upaya pembelian yang hebat. (2) *shopping product*, yaitu produk konsumen yang biasanya ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan lebih dibanding membeli produk sehari-hari seperti kualitas, harga dan gaya. (3) *speciality product*, yaitu produk dan layanan konsumen dengan karakteristik unik atau merk eksklusif dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan upaya pembelian khusus. (4) *unsought product*, yaitu produk konsumen yang konsumen tidak tahu atau meskipun tahu tetapi tidak mempertimbangkan untuk membeli dalam kondisi normal

UMKM

Suhardjono (2003: 33), UMKM adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang kriteria perusahaan di Indonesia dengan jumlah tenaga kerja 1-4 orang sebagai usaha rumah tangga, perusahaan dengan tenaga kerja 5-19 orang sebagai usaha kecil, perusahaan dengan jumlah tenaga kerja 20-99 sebagai industri menengah dan perusahaan dengan tenaga kerja lebih dari 100 orang sebagai usaha besar.

Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian Karmini (2016) yang bertujuan untuk mengetahui daya saing dan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi daya saing produk-produk IKM di Kota Tarakan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan Produk-produk IKM (kelompok barang kayu dan hasil hutan) di Kota Tarakan memiliki daya saing yang tinggi. Daya saing tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti motivasi kerja, persediaan bahan baku, upah tenaga kerja, pembentukan modal, keuangan (penatatan perhitungan rugi laba, perhitungan HPP), teknologi produksi, pemasaran, iklim usaha dan pembinaan serta faktor-faktor eksternal seperti ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, modal usaha, teknologi produksi, peluang pasar dan iklim usaha.

Dalam penelitian Sutiarto (2010) yang bertujuan untuk mengkaji daya saing agribisnis bawang merah di Kabupaten Probolinggo. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agribisnis bawang merah di Kabupaten Probolinggo bersifat *profitable* dan dinyatakan berdaya saing. Hal lainnya yang ditemukan peneliti adalah produktivitas memiliki hubungan yang kuat dengan daya saing produk agribisnis tersebut. Adapun faktor biaya dan harga juga memberikan kontribusi dalam daya saing produk agribisnis bawang merah di Kabupaten Probolinggo.

Dalam penelitian Coltorti dan Venanzi (2017) yang bertujuan untuk menganalisis kaitan produktivitas, daya saing dan wilayah teritori dari usaha kelas menengah di Italy. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produktivitas merupakan salah satu faktor pendorong yang paling relevan dalam pengembangan daya saing usaha kelas menengah di Italy.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bermaksud untuk memberikan gambaran mengenai suatu gejala social tertentu yang menjadi fokus perhatian yang ingin dijelaskan. Jenis penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis tentang fakta-fakta dan fenomena-fenomena dari objek yang diteliti (Sugiyono, 2011: 69).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Airmadidi, Kabupaten Minahasa Utara dengan rentang waktu penelitian dilakukan mulai Oktober 2017 sampai Januari 2018.

Informan

Sampel dalam penelitian deskriptif kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian deskriptif kualitatif, juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoretis, karena tujuan penelitian deskriptif kualitatif adalah menghasilkan teori. Sampel dalam penelitian deskriptif kualitatif juga disebut sebagai sampel konstruktif, karena dengan sumber data dari sampel itu dapat dikonstruksikan fenomena yang semula masih belum jelas (Sugiyono, 2012: 390-391). Informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha mikro kue tradisional di Airmadidi yang berjumlah 14 orang.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data primer. Sumber data pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan. Penelitian lapangan dilakukan dengan melakukan observasi/pengamatan dan wawancara secara langsung.

Metode Analisis

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data model Miles dan Huberman yang dikutip Sugiyono (2012: 431-434) secara interaktif yang terbagi menjadi 3 langkah, yaitu: (1) reduksi data, (2) penyajian data dan (3) menarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Gambaran Objek Penelitian**

Airmadidi adalah salah satu dari 10 kecamatan yang ada di Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara, sekaligus menjadi ibukota kabupaten tersebut. Luas Kecamatan Airmadidi 86,51 km² dengan jumlah penduduk tahun 2017 sebanyak 26.522 jiwa, sehingga kepadatan penduduknya 307 jiwa per km². Kecamatan Airmadidi meliputi 6 kelurahan dan 3 desa. Airmadidi dikenal sebagai tempat yang direkomendasikan untuk membeli kue tradisional yang sekaligus menjadikan Airmadidi sebagai destinasi wisata kuliner kue tradisional di Provinsi Sulawesi Utara. Produk kue tradisional khas Sulawesi Utara ini diproduksi dan dijual oleh pelaku-pelaku usaha yang tergolong dalam usaha mikro yang telah bertahan dari generasi ke generasi.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, ditemukan bahwa para pelaku usaha kue tradisional memproduksi produknya di rumah masing-masing dan dijual ke pasar tradisional dengan jumlah 24 lapak, dijual ke rumah-rumah dengan cara berkeliling dengan jumlah 6 orang dan menitipkan produk ke beberapa kios yang berada di ruas-ruas jalan raya yang ramai dengan hilir mudik kendaraan dari arah Kota Manado, Kota Tondano dan dari arah Kota Bitung dengan jumlah 18 kios.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan ditemukan produk-produk kue tradisional khas Sulawesi Utara yang dihasilkan pelaku usaha mikro di Airmadidi memiliki beragam jenis, varian, warna dan rasa yang berbeda-beda. Adapun produk-produk kue tradisional yang dihasilkan oleh para pelaku usaha mikro di Airmadidi, yaitu: (1) lalampa, (2) kue ku, (3) panada, (4) kukis kopi, (5) lampu-lampu, (6) koyabu, (7) kinusu, (8) cucur, (9) kolombeng bakar, (10) apang, (11) penekuk, (12) balapis, (13) lemet, (14) onde-onde, (15) dodol kenari, (16) bobengka, (17) kopi minyak, (18) ambal, (19) panada ubi, (20) nasi jah, (21) koa. Dari keseluruhan pelaku usaha yang membuat dan menjual berbagai macam produk kue tradisional khas Sulawesi Utara di Airmadidi, peneliti mendapatkan 14 orang pelaku usaha kue tradisional sebagai sampel atau informan kunci dalam penelitian ini.

Faktor-Faktor Daya Saing Biaya

Tabel 1. Biaya Bahan Baku, Tenaga Kerja dan Overhead Pelaku Usaha Kue Tradisional Airmadidi

No.	Nama Informan/Jenis Kue	Biaya Bahan Baku	Biaya Tenaga Kerja	Biaya Overhead	Total Biaya
1	Feibe Mantiri - Lampu-lampu	Rp.204000	Rp.20000	Rp.20000	Rp.244000
2	Stella Lengkey - Kukis Kopi	Rp.303000	Rp.30000	Rp.28000	Rp.361000
3	Elsye Wagiu – Kinusu	Rp.141000	-	Rp.10000	Rp.151000
4	Meity Najooan – Cucur	Rp.361000	Rp.20000	Rp.30000	Rp.411000
5	Sintje Gawe - Kue Ku	Rp.214000	-	Rp.10000	Rp.224000
6	Mareyke Runtuwene - Apang	Rp.375000	Rp.25000	Rp.30000	Rp.430000
7	Agus Repi – Panekuk	Rp.148000	-	Rp.15000	Rp.163000
8	Ellen Lengkong - Onde- Onde	Rp.174000	-	Rp.15000	Rp.189000
9	Itje Lesar – Lalampa	Rp.402500	Rp.20000	Rp.20000	Rp.442500
10	Thomas Kalesaran – Lemet	Rp.145000	-	Rp.20000	Rp.165000
11	Meity Robbot – Panada	Rp.355000	Rp.20000	Rp.23000	Rp.398000
12	Masye Makalew – Balapis	Rp.591000	-	Rp.51000	Rp.642000
13	Youke Ratuela- Koyabu	Rp.128000	-	Rp.15000	Rp.143000
14	Anna Umboh - Kolombeng Bakar	Rp.286000	Rp.30000	Rp.30000	Rp.346000

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Pada tabel 1, digambarkan biaya yang dikeluarkan para pelaku usaha kue tradisional di Airmadidi. Biaya bahan baku berkisar antara Rp.128.000 sampai Rp.591.000, biaya tenaga kerja berkisar antara Rp.0 sampai Rp.30.000 dan biaya overhead berkisar antara Rp.10.000 sampai Rp.51.000. Para pelaku usaha sudah efisien dalam hal penggunaan biaya, karena dapat meminimalisir biaya bahan baku, tenaga kerja dan overhead.

Kualitas

Tabel 2. Kesesuaian Desain, Kualitas Bahan Baku, Presentase Produk Gagal dan Cara Pengemasan Produk Kue Tradisional Airmadidi

No.	Nama Informan/Jenis Kue	Kesesuaian Desain Dengan Produk Yang Dihasilkan	Kualitas Bahan Baku	Presentase Produk Gagal	Cara Pengemasan
1	Feibe Mantiri - Lampu-lampu	Sesuai	Menengah	1-2 %	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
2	Stella Lengkey - Kukis Kopi	Sesuai	Menengah	1-2 %	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
3	Elsye Wagiu – Kinusu	Sesuai	Menengah	1-2 %	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
4	Meity Najooan – Cucur	Sesuai	Menengah	1-2 %	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
5	Sintje Gawe - Kue Ku	Sesuai	Menengah	1%	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
6	Mareyke Runtuwene – Apang	Sesuai	Menengah	2-3 %	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
7	Agus Repi – Panekuk	Sesuai	Menengah	2-3 %	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
8	Ellen Lengkong - Onde- Onde	Sesuai	Menengah	1%	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
9	Itje Lesar - Lalampa	Sesuai	Menengah	2%	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas

10	Thomas Kalesaran – Lemet	Sesuai	Menengah	1-2 %	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
11	Meity Robbot – Panada	Sesuai	Menengah	1%	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
12	Masye Makalew – Balapis	Sesuai	Menengah	0%	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
13	Youke Ratuella-Koyabu	Sesuai	Menengah	0%	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas
14	Anna Umboh - Kolombeng Bakar	Sesuai	Menengah	2%	Kantong Plastik, Dus Kue, Dus Bekas

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Pada tabel 2, digambarkan kualitas produk yang dihasilkan pelaku usaha kue tradisional di Airmadidi. Ke-14 pelaku usaha menghasilkan produk yang sesuai dengan desain produk yang diharapkan. Ke-14 pelaku usaha menggunakan bahan baku yang masuk dalam kategori menengah. Adapun persentase produk gagal produksi yang dihasilkan para pelaku usaha berkisar antara 0% sampai 2%. Dari segi cara pengemasan, para pelaku usaha menggunakan kantong plastik untuk pembelian dengan jumlah sedikit, dus bekas untuk pembelian dengan jumlah banyak dan dus kue bagi pembeli yang bersedia mengeluarkan biaya tambahan. Ke-14 pelaku usaha telah mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik dari segi kesesuaian desain dengan produk yang dihasilkan, kualitas bahan baku dan persentase produk gagal, namun perlu memperbaiki kualitas produk dari segi pengemasan produk.

Waktu

Tabel 3. Waktu Efektif, Teknologi yang Digunakan, Waktu Tunggu dan Jangka Waktu Produk Laku

No.	Nama Informan/Jenis Kue	Waktu Efektif Per Unit Produk	Teknologi Atau Alat Yang Digunakan	Waktu Tunggu	Jangka Waktu Produk Laku Saat Dipasarkan
1	Feibe Mantiri - Lampu-lampu	1,6 menit/unit	Pencukur Kelapa, Kompor, Dandang Pengkukus	1 - 2 Hari	8 Jam
2	Stella Lengkey - Kukis Kopi	1,4 menit/unit	Dandang Pengkukus, Tungku, Panci, Kompor	1 - 2 Hari	6 - 8 Jam
3	Elsye Wagiu - Kinusu	1,2 menit/unit	Wajan, Pencukur Kelapa, Kompor	1 - 2 Hari	3 - 4 Jam
4	Meity Najooan - Cucur	1,7 menit/unit	Wajan, Panci, Kompor	1 - 2 Hari	8 Jam
5	Sintje Gawe - Kue Ku	1 menit/unit	Pencukur Kelapa, Kompor, Dandang Pengkukus	1 - 2 Hari	6 - 8 Jam
6	Mareyke Runtuwene - Apang	1,1 menit/unit	Pencukur Kelapa, Wajan Apang, Kompor	1 - 2 Hari	8 Jam
7	Agus Repi - Panekuk	3,6 menit/unit	Pencukur Kelapa, Kompor, Teflon	1 - 2 Hari	8 - 9 Jam
8	Ellen Lengkong - Onde-Onde	1,6 menit/unit	Panci, Kompor, Alat Cukur	1 - 2 Hari	5 - 6 Jam
9	Itje Lesar - Lalampa	1,3 menit/unit	Wajan Panggangan, Kompor	1 - 2 Hari	6 - 8 Jam
10	Thomas Kalesaran - Lemet	2,4 menit/unit	Pencukur, Kompor, Dandang Pengkukus	1 - 2 Hari	4 - 5 Jam
11	Meity Robbot - Panada	1,7 menit/unit	Mesin Pencukur, Wajan, Kompor	2 - 3 Hari	7 - 8 Jam
12	Masye Makalew - Balapis	0,9 menit/unit	Mesin Pencukur, Piring Khusus, Kompor, Panci	1 - 2 Hari	5 - 6 Jam

13	Youke Ratuela-Koyabu	1,8 menit/unit	Pencukur Kelapa, Dandang Pengkukus, Kompore	1 - 2 Hari	6 - 8 Jam
14	Anna Umboh - Kolombeng Bakar	0,9 menit/unit	Oven, Kompore, Mixer	1 - 2 Hari	6 - 8 Jam

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Pada tabel 3, digambarkan waktu efektif untuk menghasilkan produk dari ke-14 pelaku usaha berkisar antara 0,9 menit/unit sampai 3,6 menit/unit. Ke-14 pelaku usaha masih menggunakan alat atau teknologi konvensional dan belum menggunakan teknologi modern seperti mesin-mesin industri. Waktu tunggu yang dibutuhkan konsumen untuk memesan produk kue tradisional berkisar antara 1 sampai 3 hari. Dari segi tingkat kelarisan yang diukur dari lamanya durasi penjualan, para pelaku usaha membutuhkan waktu berkisar antara 3 jam sampai 9 jam per hari.

Ke-14 pelaku usaha belum optimal dalam hal penggunaan alat dan teknologi sehingga mempengaruhi waktu efektif per unit produk. Sebaliknya, para pelaku usaha sudah cukup baik dalam hal waktu tunggu dan tingkat kelarisan.

Fleksibilitas

Tabel 4. Fleksibilitas Desain, Ragam Produk, Jumlah Minimal atau Maksimal Pemesanan Produk Kue Tradisional Airmadidi

No.	Nama Informan/ Jenis Kue	Fleksibilitas Desain Produk	Ragam atau Varian Produk	Jumlah Minimal Atau Maksimal Pemesanan Produk
1	Feibe Mantiri - Lampu-lampu	Warna, Ukuran	-	Maksimal 1000 / hari
2	Stella Lengkey - Kukis Kopi	Ukuran	-	Maksimal 5000 / hari
3	Elsye Wagiu – Kinusu	-	-	Maksimal 500 / hari
4	Meity Najooan – Cucur	-	-	Maksimal 1000 / hari
5	Sintje Gawe - Kue Ku	Warna, Ukuran, Bentuk	Kacang Hijau dan Kacang Tanah	Maksimal 500 / hari
6	Mareyke Runtuwene – Apang	Ukuran	-	Maksimal 1000 / hari
7	Agus Repi – Panekuk	Ukuran	-	Maksimal 1000 / hari
8	Ellen Lengkong- Onde-Onde	Warna	-	Maksimal 1000 / hari
9	Itje Lesar – Lalampa	Ukuran	-	Maksimal 1000 / hari
10	Thomas Kalesaran – Lemet	Ukuran	-	Maksimal 500 / hari
11	Ellen Robbot – Panada	Ukuran	-	Maksimal 1000 / hari
12	Masye Makalew – Balapis	Warna	Cokelat Pandan/ Cokelat	Maksimal 1200 / hari
13	Youke Ratuela –Koyabu	Ukuran	-	Maksimal 1000 / hari
14	Anna Umboh - Kolombeng Bakar	Ukuran	Gula Merah/ Gula Pasir	Maksimal 5000 / hari

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Pada tabel 4, digambarkan fleksibilitas produk yang dihasilkan pelaku usaha kue tradisional di Airmadidi. Dari segi desain, ada 12 pelaku usaha yang bisa menyesuaikan produknya dengan permintaan khusus konsumen. Sebagian besar pelaku usaha bisa menyesuaikan ukuran produk dan sebagian kecil bisa menyesuaikan warna dan bentuk produk. Dari segi ragam atau varian produk, hanya 3 pelaku usaha yang menghasilkan produk yang memiliki varian tertentu. Dari segi jumlah pemesanan, tidak ada pelaku usaha yang menentukan batas minimal sedangkan batas maksimal berkisar antara 500 sampai 5000 unit.

Para pelaku usaha sudah baik dalam hal fleksibilitas desain produk dan fleksibilitas jumlah pemesanan. Sebaliknya, para pelaku usaha belum cukup baik dalam hal penyediaan ragam atau varian produk.

Pengukuran Daya Saing Produk Produktivitas

Tabel 5. Produktivitas Pelaku Usaha Kue Tradisional Airmadidi

No.	Nama Informan/Jenis Kue	Produktivitas Bahan Baku	Produktivitas Tenaga Kerja	Produktivitas Input Lainnya	Produktivitas Total
1	Feibe Mantiri - Lampu-lampu	1,37254902	14	14	1,14754098
2	Stella Lengkey - Kukis Kopi	2,310231023	23,33333333	25	1,93905817
3	Elsye Wagiu – Kinusu	1,985815603	-	28	1,85430464
4	Meity Najoan – Cucur	1,551246537	28	18,6666667	1,36253041
5	Sintje Gawe - Kue Ku	3,271028037	-	70	3,125
6	Mareyke Runtuwene - Apang	2,24	33,6	28	1,95348837
7	Agus Repi – Panekuk	1,891891892	-	18,6666667	1,4076087
8	Ellen Lengkong - Onde-Onde	1,609195402	-	18,6666667	1,48148148
9	Itje Lesar – Lalampa	1,863354037	37,5	37,5	1,69491525
10	Thomas Kalesaran – Lemet	1,448275862	-	10,5	1,27272727
11	Meity Robbot – Panada	2,112676056	37,5	32,6086957	1,42706131
12	Masye Makalew – Balapis	2,274111675	-	26,3529412	1,45185185
13	Youke Ratuela- Koyabu	2,05078125	-	17,5	1,2465374
14	Anna Umboh - Kolombeng Bakar	2,622377622	25	25	2,16763006

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Pada tabel 5, digambarkan nilai seluruh produktivitas (bahan baku, tenaga kerja dan input lainnya) para pelaku usaha kue tradisional di Airmadidi. Nilai produktivitas bahan baku berkisar antara 1,3 sampai 3,2. Nilai produktivitas tenaga kerja berkisar antara 14,0 sampai 47,5. Nilai produktivitas input lainnya berkisar antara 10,5 sampai 70. Nilai produktivitas secara keseluruhan berkisar antara 1,14 sampai 3,1. Secara kualitatif, dinyatakan bahwa tingkat produktivitas para pelaku usaha bersifat stabil dan cenderung meningkat.

Profitabilitas

Tabel 6. Profitabilitas Pelaku Usaha Kue Tradisional Airmadidi

No.	Nama Informan/Jenis Kue	Gross Profit Margin	Net Profit Margin	Return On Equity
1	Feibe Mantiri - Lampu-lampu	0,12857143	0,12857143	0,14754098
2	Stella Lengkey - Kukis Kopi	0,48428571	0,48428571	0,93905817
3	Elsye Wagiu – Kinusu	0,46071429	0,46071429	0,85430464
4	Meity Najoan – Cucur	0,26607143	0,26607143	0,36253041
5	Sintje Gawe - Kue Ku	0,68	0,68	2,125
6	Mareyke Runtuwene – Apang	0,48809524	0,48809524	0,95348837
7	Agus Repi – Panekuk	0,28957529	0,28957529	0,4601227
8	Ellen Lengkong - Onde-Onde	0,325	0,325	0,48148148
9	Itje Lesar – Lalampa	0,41	0,41	0,69491525
10	Thomas Kalesaran – Lemet	0,21428571	0,21428571	0,27272727
11	Meity Robbot – Panada	0,29925926	0,29925926	0,50753769
12	Masye Makalew – Balapis	0,31122449	0,31122449	0,57009346
13	Youke Ratuela- Koyabu	0,19777778	0,19777778	0,31118881
14	Anna Umboh - Kolombeng Bakar	0,53866667	0,53866667	1,16763006

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Pada tabel 6, digambarkan rasio profitabilitas (GPM, NPM, ROE) dari para pelaku usaha kue tradisional di Airmadidi. Nilai GPM dan NPM berkisar antara 0,12 sampai 0,53. Nilai ROE berkisar antara 0,14 sampai 2,12. Berdasarkan hasil perhitungan profitabilitas ini, produk kue tradisional khas Sulawesi Utara di Airmadidi dinyatakan menguntungkan atau *profitable*.

Pembahasan

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan, produk kue tradisional khas Sulawesi Utara yang dihasilkan pelaku usaha kue tradisional di Airmadidi memiliki tingkat produktivitas berkisar antara 1,14 sampai 3,1. Secara kualitatif, tingkat produktivitas tersebut bersifat stabil dan cenderung meningkat. Rasio profitabilitas dari para pelaku usaha tersebut, dinyatakan dalam perhitungan *profit margin* yang berkisar antara 0,12 sampai 0,53 dengan rata-rata 0,37 atau 37%, dan *return on equity* yang berkisar antara 0,14 sampai 2,12 dengan rata-rata 0,72 atau 72%. Dapat dinyatakan bahwa produk kue tradisional khas Sulawesi Utara yang dihasilkan pelaku usaha kue tradisional di Airmadidi adalah produk yang berdaya saing. Sesuai dengan hasil penelitian Sutiarmo (2010: 50), yang menyatakan produktivitas mempengaruhi jumlah *output* yang dihasilkan pelaku usaha dan selanjutnya mempengaruhi nilai tambah finansial atau laba dari pelaku usaha. Semakin bertambah jumlah output dan laba yang dihasilkan maka semakin bertambah pula tingkat daya saing dari suatu produk atau komoditas.

PENUTUP

Kesimpulan

Lima (5) kesimpulan utama yang dibuat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Produk kue tradisional khas Sulawesi Utara yang dihasilkan para pelaku usaha mikro di Airmadidi memiliki tingkat produktivitas yang stabil dan cenderung meningkat serta tingkat profitabilitas yang baik sehingga dinyatakan berdaya saing.
2. Penggunaan biaya operasi untuk menghasilkan produk sudah optimal, dinilai dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead yang efisien.
3. Kualitas produk yang baik dari segi kesesuaian produk dengan desain, kualitas bahan baku dan jumlah produk gagal dalam proses produksi yang minim, namun belum cukup baik dari segi pengemasan produk yang mempengaruhi keandalan, daya tahan serta estetika produk.
4. Waktu operasi sudah efisien dalam hal waktu tunggu operasi, waktu pendistribusian produk serta waktu tunggu pemesanan. Namun belum optimal dalam hal waktu produksi yang disebabkan oleh proses produksi yang belum ditunjang teknologi yang memadai seperti mesin-mesin industri.
5. Fleksibilitas produk yang belum optimal dari segi kostumisasi, ragam atau varian produk yang minim, serta jumlah pemesanan yang masih terbatas.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan kinerja karyawan adalah sebagai berikut:

1. Pelaku usaha sebaiknya membentuk koperasi kelompok usaha yang dapat memfasilitasi para pelaku usaha dalam penyediaan bahan baku yang berkualitas baik namun dengan harga yang lebih murah serta bisa membantu menyediakan pelatihan-pelatihan yang bisa membantu pelaku usaha untuk meningkatkan keterampilan dalam menghasilkan produknya dan membekali pelaku usaha dengan pengetahuan-pengetahuan untuk mengembangkan usahanya.
2. Pelaku usaha sebaiknya menggunakan teknologi produksi yang lebih memadai seperti mesin-mesin industri sehingga dapat mengurangi waktu produksi sehingga menjadi lebih efisien serta dapat meningkatkan produktivitas.
3. Pelaku usaha sebaiknya melakukan inovasi-inovasi baru bagi produknya agar bisa berkembang dan lebih unggul dari sekarang dalam menghadapi kompetisi pasar yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Claessens, M., (2017), *Marketing Insider*, <http://www.google.co.id/amp/s/marketing-insider.eu/classifications-of-products/amp> Di akses 22 Oktober 2017.
- Coltorti, F., Venanzi D., (2017), Productivity, Competitiveness, and Territories of the Italian Medium-Sized Companies, *International Journal of Economics and Finance; Vol. 9, No. 12, p. 86-100*, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijef/article/viewFile/70909/39356>, Di akses pada 4 Agustus 2017.
- Dlamini, B. P., Kirsten J. F., Masuku M. B., (2014), Factors Affecting the Competitiveness of the Agribusiness Sector in Swaziland. *Jurnal Of Agricultural Studies, Vol. 2 No.1, p. 61-72*, <http://www.macrothink.org/journal/index.php/jas/article/view/4775>, Di akses pada 22 Oktober 2017.
- Karmini, (2016), Daya Saing Produk-Produk Industri Kecil Dan Menengah (Kelompok Barang Kayu Dan Hasil Hutan) Di Kota Tarakan, *Jurnal AGRIFOR, Vol. 15, No.1, p.75-82*. <https://media.neliti.com/media/publications/30164-ID-daya-saing-produk-produk-industri-kecil-dan-menengah-kelompok-barang-kayu-dan-ha.pdf>, Di akses pada 4 Agustus 2017.
- Kotler, P., Keller K. L., (2009), *Manajemen Pemasara Edisi Kedua Belas*, Jakarta: Indeks.
- Krajewski, L. J., Ritzman L. P., Malhotra M. K., (2007). *Operation Management Process and Value Chain* Edisi Keenam, New Jersey: Prentice Hall.
- Lemy, D. M., Bernarto, I., & Tulung, Joy Elly. (2013). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Jasa Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Sulawesi Utara. *Jurnal Manajemen: Derema*
- Mehrelaian, G., Shabaninejad H., (2014), The Importance of Competitiveness in New Internationalized and Competitive Environment of Pharmaceutical Industry, *Iranian Journal of Pharmaceutical Research, p. 351-352*, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4157010/>, Di akses pada 22 Oktober 2017.
- Sugiyono, (2011), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- _____, (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Suhardjono, (2003), *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Surachman, (2007), Pengaruh Kewirausahaan Terhadap Proses Inovasi Dan Dampaknya Terhadap Daya Saing Industri Di Jawa Timur, *Jurnal Universitas Brawijaya, p.1-9*. <http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/810719.pdf>, Di akses pada 22 Oktober 2017.
- Sutiarso, E., (2010), Analisis Daya Saing Agribisnis Bawang Merah Di Kabupaten Probolinggo, *Agrotrop Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian, p. 45-54*, <http://digilib.unmuhjember.ac.id/files/disk1/27/umj-1x-edysutiars-1305-1-07-edy-t.pdf>, Di akses pada 4 Agustus 2017.
- Tulung, Joy Elly (2017). "Resource Availability and Firm's International Strategy as Key Determinants Of Entry Mode Choice." *Jurnal Aplikasi Manajemen-Journal of Applied Management* 15.1. <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/916>
- Tulung, Joy Elly dan Ramdani, Dendi (2016). "The Influence of Top Management Team Characteristics on BPD Performance". *International Research Journal of Business Studies*, Volume 8 Nomor 3, 155-166. <http://irjbs.com/index.php/jurnalirjbs/article/view/1147>
- Tulung, Joy Elly, and Dendi Ramdani. (2018) "Independence, Size and Performance of the Board: An Emerging Market Research." *Corporate Ownership & Control*, Volume 15, Issue 2, Winter 2018. <http://doi.org/10.22495/cocv15i2c1p6>