

PENGARUH STRATEGI PERTAMBAHAN NILAI TERHADAP DAYA SAING PRODUK KEWIRAUSAHAAN

Amin Silalahi, AB Philo., MBA, Ph.D¹, M. Rudi Sumiharsono²,
Universitas Argopuro Jember^{1,2}
aminsilalahi79@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peningkatan nilai tambah terhadap daya saing produk kewirausahaan pupuk organik A3N 766HI Fakultas Sains dan Teknologi UNIPAR Jember. Populasi penelitian berjumlah 11 orang berdasarkan responden yang mengikuti pelatihan online. Metode analisis yang digunakan adalah uji linier sederhana dengan uji hipotesis setelah melakukan uji metode asumsi klasik. Untuk melihat apakah alat pengumpulan data melalui kuesioner dapat dipergunakan dengan cara menetapkan apakah data yang sudah diperoleh sudah *valid* dan *reliable* datanya dari 11 responden. Hasil dari penelitian ini adalah strategi kreativitas, diferensiasi, strategi inovasi untuk meningkatkan nilai tambah: common value, added value, creativity value dan inovasi value menjadi bertambah kepada outcome value (X) berpengaruh positif terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y) dengan total pengaruh sebesar 82,3%. Pengaruh positif ini bermakna bahwa semakin meningkatnya nilai tambah maka akan berpengaruh terhadap daya saing produk kewirausahaan FST yaitu A3N 766HI. Simpulan penelitian ini adalah daya saing produk kewirausahaan membuat produk dapat berkompetisi dengan para pesaing di pasar.

Kata kunci: Daya Saing Produk Kewirausahaan, Strategi Nilai Tambah

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine whether or not there is an effect of increasing added value toward the competitiveness of entrepreneurial products: organic fertilizer A3N 766HI, Faculty of Science and Technology UNIPAR Jember. To achieve the objectives of this research, a method is being applied to the determining respondents with a population method research of 11 people based on respondents by taking online training. And the analytical method used is a simple linear regression by using the hypothesis testing by the classical assumption method. This classical assumption is being used to see whether the data collection tool through questionnaires can be used data is valid and reliable's data from 11 respondents. The results of this study as the following: Creativity strategies, differentiation, and innovation strategies to increase added value: common value, added value, create value, and value innovation increase the outcome value (X) which has a positive effect on the competitiveness of FST entrepreneurial products (Y) with a total effect of 82.3%. This positive effect means that the increasing value added will affect the competitiveness of FST's entrepreneurial products, namely A3N 766HI. The conclusion of this study is that the competitiveness of entrepreneurial products makes products able to compete with competitors in the market.

Keywords: Competitiveness of Entrepreneurial Products, Value Added Strategy

PENDAHULUAN

Daya saing produk kewirausahaan: pupuk Organik A3N 766HI prodi dan fakultas sangat jarang diangkat menjadi penelitian. Padahal meneliti tentang daya saing kewirausahaan itu dapat menambah nilai dan menimbulkan inovasi dan kreativitas untuk meningkatkan daya saing lulusan dan mutu Thridharma perguruan Tinggi. Bila hal ini tidak diteliti produk kewirausahaan tidak dikembangkan dan penelitian berkelanjutan akan terhambat mendapatkan nilai tambah yang optimal dan perbaikan yang berkelanjutan. Daya saing produk kewirausahaan di prodi dan fakultas meningkat atau tidak tergantung dari kretivitas dan inovasi mahasiswa dan dosen untuk mendapatkan pertambahan nilai sehingga dapat berdaya saing dan menghasilkan laba untuk mendukung program kewirausahaan dengan baik. Produk kewirausahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil penelitian dari salah satu dosen yaitu pupuk organik A3N 766HI yang sudah menyebar di beberapa daerah di Indonesia. Produk kewirausahaan: pupuk organik A3N 766HI yang berdaya saing yang diinginkan fakultas sains dan teknologi adalah produk kewirausahaan yang dapat menghasilkan laba dari peningkatan nilai seperti hasil hak cipta (*royalty*) dan meningkatkan manfaat produk yang dapat meningkatkan taraf perekonomian para petani.

Tingkatan Pertambahan Nilai Produk Kewirausahaan yakni Pupuk Organik A3N 766HI sebagai berikut: (1) *Common Value* (nilai yang biasa/umum dilakukan): bahan baku pupuk organik A3N 766HI ini terdiri dari bahan baku sampah organik yang biasanya dijadikan kompos ogranik.(2) *Value added* (peningkatan nilai): bahan baku sampah organik yang dipermentasi dengan *bio starter* A3N 766HI yang berfungsi sebagai bahan utama untuk proses permentasi untuk mengolah sampah menjadi pupuk organic cair, (3) Nilai Kreativitas. Mencampur bahan permentasi dari berbagai jenis bahan baku dari sampah organik menjadi satu produk yang dikemas dalam satu botol *aqua* bekas. (4) Nilai inovasi. Menemukan *stater bio* A3N 766HI yang bertahan lama dalam suhu yang dingin ataupun panas di dalam pengiriman dan dapat mencampur unsur-unsur NPK dalam satu produk yang dapat digunakan untuk hewan dan tumbuhan. (5) Nilai *outcome* (Nilai dampak dari produk kepada peningkatan hidup para petani): nilai yang diperoleh dari dampak dari penggunaan produk pupuk organik A3N 766HI itu kepada para petani di daerah yang ada di Indonesia.

Pertambahan nilai di atas adalah juga jiwa dan karakter dari seorang wirausahaan yang selalu mempunyai kreativitas dan inovasi untuk mendapatkan peluang. Peluang yang diperoleh harus dapat bersaing di pasar supaya produk itu dapat mendapatkan laba. Hal ini sesuai dengan defesinisi produk yakni semua yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat ditawarkan ke pasar. Untuk lebih memperdalam pemahaman tentang variabel penelitian ini, dirumuskan pertanyaan yang membantu untuk memfokuskan kepada tujuan penelitian sebagai berikut: “Apakah ada pengaruh Pengaruh Strategi Pertambahan Nilai: *Common Value, Added Value, Creative Value, Innovative Value* dan *Outcome Value* Terhadap Daya Saing Produk Kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi Tahun Akademik 2021-2022?” Dari pertanyaan perumusan masalah itu dijadikan menjadi tujuan penelitian sebagai berikut: untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pertambahan nilai: *common value, added value, creative value, innovative value* dan *outcome value* terhadap daya saing produk kewirausahaan fakultas sains dan teknologi tahun akademik 2021-2022 dan manfaat penelitian ini berguna bagi masyarakat petani yang mau bermitra dengan dosen yang mempunyai produk kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi supaya taraf hidup mereka semakin baik dan sekaligus mewujudkan dosen profesional yakni mengaplikasikan hasil tri dharamanya ke masyarakat luas.

KAJIAN TEORI

Nilai Tambah

Kata kunci dari nilai tambah adalah pengembangan produk, mengalami perubahan nilai (Azmita, dkk, 2019) selisih nilai *input* dan *output* (Tim Kajian Nilai Tambah-Pusat Kebijakan Ekonomi Makro, 2012), memanfaatkan secara optimal, dan mendapatkan nilai tambah ekonomi. Kata kunci di atas membantu untuk mendefinisikan nilai tambah yakni setiap yang mengalami perubahan sudah pasti sudah ada pengembangan produk. Kata perubahan dan pengembangan sudah pasti ada proses *input* (bahan baku) menjadi *output* (produk) dan menjadi *outcome* secara optimal sehingga mempunyai nilai selisih nilai ekonomi.

Ada tiga alasan utama mengapa nilai tambah penting: 1) Meraih lebih banyak keuntungan; 2) Mendiferensiasi produk mereka dengan produk pesaing dan 3) Membangun loyalitas pelanggan. (Tim Kajian Nilai Tambah-Pusat Kebijakan Ekonomi

Makro, 2012). Peningkatan keuntungan diperoleh dari meningkatkan kualitas produk dengan cara menabuh manfaat produk yang dapat dipergunakan untuk tumbuh-tumbuhan dan hewan dalam satu kemasan produk. Selain meningkatkan kualitas produk, produk yang sudah diinovasi dapat juga didiferensiasi manfaat produk dari NPK yang menyatu dalam satu produk dan dapat diaplikasikan untuk tumbuh-tumbuhan dan ternak dalam satu kemasan produk pula. Selain mendapatkan keuntungan dan diferensiasi produk maka langkah nilai tambah terakhir adalah loyalitas pelanggan. Pelanggan menjadi loyal karena produknya berkualitas, harga murah, mudah diperoleh produknya di pasar. Untuk menjamin loyalitas pelanggan produk A3N 766HI diproduksi di daerah sehingga harga pengiriman barang, distribusinya lebih dekat dengan pelanggan dan harga produk menjadi lebih murah karena biaya pengiriman dan biaya distribusi dan biaya promosi sudah tidak dimasukkan dalam satuan harga jual produk. Membangun loyalitas juga dengan cara meningkatkan nilai tambah *outcome* dimana taraf hidup para petani meningkat karena mendapatkan selisih dari biaya yang dikeluarkan lebih rendah dari pada hasil panen yang diperoleh dalam satu musim tanam.

Produk Kewirausahaan dan Daya Saing

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan (Kotler & Armstrong, 2008). Produk dapat dibagi dua yaitu produk inti dan produk pendukung. Produk inti dalam penelitian ini adalah pupuk organik cair yang bermanfaat untuk tumbuh-tumbuhan dan hewan. Produk pendukung seperti kemasan produk seperti botol *aqua* bekas dan label yang memuat cara pemakaian dan unsur unsur yang terkandung dalam produk sangat dibutuhkan oleh tanaman dan hewan. Definisi produk di atas diawali dengan ide untuk mewujudkan produk untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan. Oleh karena itu dibutuhkan jiwa dan karakter wirausaha yaitu mencari peluang dari ide/gagasan yang diawali dari kreativitas dan inovasi.

Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang menciptakan suatu ide/gagasan dari permasalahan yang ada dalam kehidupan sosial sebagai alat ukur permintaan dan penawaran dalam memenuhi kebutuhan dari pelanggan dengan cara mengkongkritkan dalam bentuk produk dan menjadi peluang bisnis yang menghasilkan laba dengan cara yang kreatif dan inovatif (Nagel, 2016).

Produk kewirausahaan FST adalah produk pupuk A3N 766HI untuk menjawab permasalahan mahalny dan langkanya pupuk kimia di pasaran. Ide dan gagasan untuk mengurangi permasalahan itu maka salah satu dosen mewujudkan ide produk pupuk A3N 766HI menjadi kenyataan dan dapat dipasarkan ke pasar lokal dan nasional untuk memenuhi kebutuhan para petani dan mengambil peluang usaha dari proses kreativitas dan inovasinya dari bahan baku sampah organik.

Daya saing produk kewirausahaan adalah produk yang dapat berkompetisi di pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan ditandai dengan kualitas produk, harga produk yang relatif murah dan mempunyai nilai tambah dari hasil ide/gagasan melalui perilaku dan jiwa kreatif dan inovatif (Gani & Jermias, 2006).

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah penelitian sebab akibat karena variabelnya ada sebagai variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi. Metode yang diepergunakan dalam memilih responden penelitian ini dengan cara mengikutkan semua mitra yang sudah dilatih untuk membuat pupuk organik A3N 766HI sebanyak 11 responden. Metode untuk mendapatkan data dari 11 responden itu dengan menggunakan kuesioner yang berhubungan dengan nilai tambah dan daya saing produk yang sudah lolos dari uji reabilitas dan validitas.

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini untuk uji hipotesis dalam analisis regresi linier sederhana dengan ketentuan sebagai berikut: $H_0 =$ Tidak ada pengaruh Nilai Tambah (X) terhadap Daya Saing Produk Kewirausahaan FST (Y). $H_a =$ ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap Daya Saing Produk Kewirausahaan FST (Y). Pengujian hipotesis ini sering disebut juga uji t, dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah: Jika nilai t_{hitung} lebih besar $>$ dari t_{table} maka ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y). Sebaliknya, jika nilai t_{hitung} lebih kecil $<$ dari t_{table} maka tidak ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y).

HASIL PENELITIAN

Tabel 1.
Uji Reabilitas dari 5 Item Kuesioner Nilai Tambah

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.857	.931	5

Sumber: Data Diolah 2021

Tabel *output* di atas diketahui ada N (butir pertanyaan angket) ada 5 buah item dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,857. Karena nilai *cronbach's alpha* 0,857 > 0,60, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke 5 item pertanyaan angket untuk variabel nilai tambah adalah *reliable* atau konsisten.

Tabel 2.
Reliabilitas Setiap Pertanyaan di Kuesioner untuk Variabel Nilai Tambah

Deskripsi Indikator Variabel Nilai Tambah (X)	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk Kewirausahaan (A3N 766HI) ditawarkan ke petani untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para petani	5.4545	33.273	.905	.852
Menciptakan suatu ide, baru, orisinal dan bermakna dan mewujudkan itu menjadi produk nyata sebagai peluang bisnis	4.9091	28.091	.887	.803
Melakukan riset dan development produk pupuk A3N 766HI menjadi produk multi fungsi manfaat	4.3636	23.455	.863	.775
Melakukan <i>asset utilization efficiency</i> dengan cara bermitra dengan para LSM untuk memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan di daerah sebagai bentuk pengurangan biaya produksi dan biaya pengiriman	4.1818	19.364	.831	.789
Melakukan <i>price premium rendah capability</i> dengan cara menyediakan dan menambah daur hidup <i>bio starter</i> sebagai bahan fermentasi yang dapat dikirimkan ke seluruh Indonesia	5.0909	25.091	.485	.899

Sumber: Data Diolah 2021

Tabel 2 *output* di atas memberikan gambaran tentang nilai statistik untuk ke 5 item pertanyaan angket. Kolom “*cronbach’s alpha if item delated*” dalam tabel 2 ini diketahui nilai *cronbach’s alpha* untuk ke lima pertanyaan angket *reliabel*.

Tabel 3.
Uji Reabilitas Keseluruhan dari Lima item Kuesioner

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.857	.931	5

Sumber: Data Diolah 2021

Tabel *output* di atas diketahui ada N (butir pertanyaan angket) ada 5 buah item dengan nilai *cronbach’s alpha* sebesar 0,857. Karena nilai *cronbach’s alpha* $0,857 > 0,60$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas, dapat disimpulkan bahwa ke 5 item pertanyaan angket untuk variable Y (daya saing produk kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi adalah *reliable* atau konsisten.

Tabel 4.
Uji Reabilitas Indikator Variabel Daya Saing Produk Kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi

Deskripsi Indikator Variabel Daya Saing Produk Kewirausahaan FST	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk Kewirausahaan (A3N 766HI) ditawarkan ke petani untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para petani	5.4545	33.273	.905	.852
Menciptakan suatu ide, baru, orisinil dan bermakna dan mengwujudkan itu menjadi produk nyata sebagai peluang bisnis	4.9091	28.091	.887	.803
Melakukan riset dan development produk pupuk A3N 766HI menjadi produk multi fungsi manfaat	4.3636	23.455	.863	.775
Melakukan asset utilization efficiency dengan cara bermitra dengan para LSM untuk memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan di daerah sebagai bentuk pengurangan biaya produksi dan biaya pengiriman	4.1818	19.364	.831	.789
Melakukan <i>price premium</i> rendah capability dengan cara menyediakan dan menambah daur hidup <i>bio starter</i> sebagai bahan fermentasi yang dapat dikirimkan ke seluruh Indonesia	5.0909	25.091	.485	.899

Sumber: Data Diolah 2021

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas dalam buku (Widiyanto, 2010) sebagai berikut: Jika nilai *cronbach's alpha* > *r table* maka kuesioner dinyatakan *reliable*. Dan Jika nilai *cronbach's alpha* < *r table* maka kuesioner dinyatakan tidak *reliable*.

Berdasarkan *output reliability statistics* di atas, diketahui nilai *cronbach's alpha* adalah sebesar 0,857. Nilai tersebut kemudian akan dibandingkan dengan nilai *r table* dengan N=11 dicari pada distribusi nilai *r table* pada signifikansi 5%, maka diperoleh nilai *r table* sebesar 0,602. Karena nilai *cronbach's alpha* 0,857 > 0,602 (*r table*) maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan di atas, dapat disimpulkan bahwa angket atau kuesioner nilai tambah dan daya saing produk kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi dinyatakan *reliable* atau dipercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Tabel 5.
Nilai Coefficient

Model	Coefficients ^a											
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part Tolerance	VIF	
1 (Constant)	-1.087	1.298		-.838	.424	-4.023	1.848					
Nilai Tambah	.804	.117	.917	6.895	.000	.540	1.067	.917	.917	.917	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber: Data Diolah 2021

Persamaan *regresi liner* sederhana adalah $Y = a + bx$, sementara untuk mengetahui nilai koefisien regresi tersebut, dapat berpedoman pada *output* yang berada pada *table coefficients* berikut: a = angka konstan dari *unstandardized coefficients*. Dalam kasus ini nilainya sebesar -1.087. angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika ada nilai tambah (X) bertambah (+) maka nilai konsisten daya saing produk kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi (Y) adalah berkurang sebesar -1.087. Kenapa demikian? Karena produk kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi tidak selalu diaplikasikan sehingga menjadi penambahan daya saing berkurang pula. Bila produk kewirausahaan Fakultas Sains dan Teknologi selalu diaplikasikan sehingga bermanfaat) maka nilai daya saing akan didapatkan dengan sendirinya. Dengan demikian tepatlah interpretasi bahwa nilai D = angka koefisien regresi sebesar 0,804. Angka ini mengundang arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat

nilai tambah (X), maka daya saing produk kewirausahaan FST (Y) akan meningkat sebesar 0,804. Nilai koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa nilai tambah (X) berpengaruh positif terhadap daya saing produk produk kewirausahaan FST (Y). sehingga persamaan regresinya adalah $Y = -1.087 + 0,804X$.

Uji Hipotesis dalam analisis regresi linier sederhana dengan cara uji hipotesis atau uji pengaruh berfungsi untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Sekedar mengingatkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam analisis regresi linier sederhana ini adalah: $H_0 =$ Tidak ada pengaruh Nilai Tambah (X) terhadap Daya Saing Produk Kewirausahaan FST (Y). $H_a =$ ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap Daya Saing Produk Kewirausahaan FST (Y).

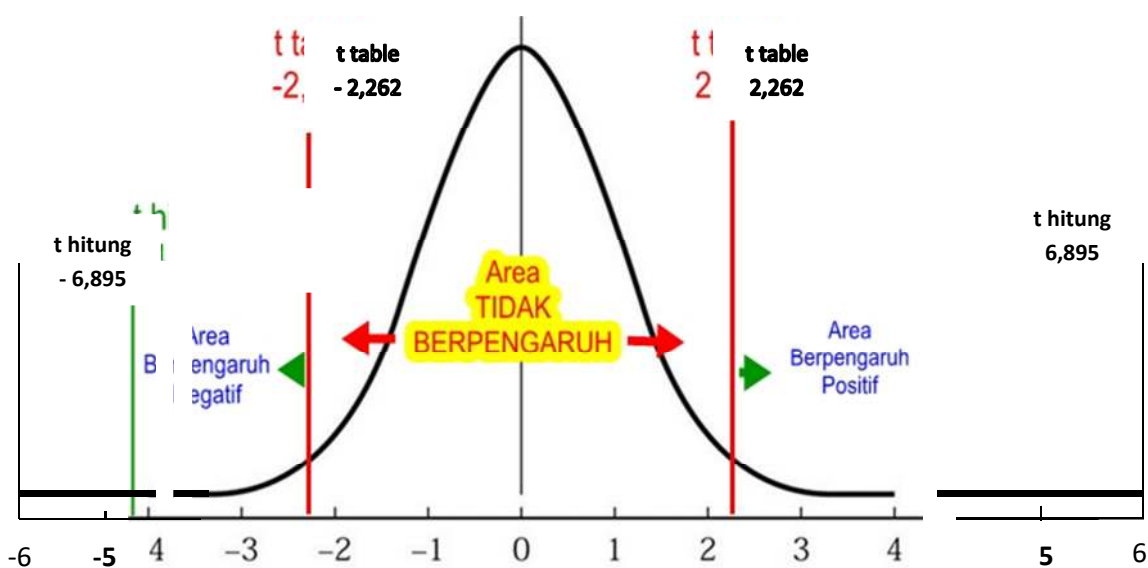
Sementara itu, untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak (dalam arti variabel X berpengaruh terhadap variabel (Y) dapat melakukan uji hipotesis ini dengan cara membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan probabilitas 0,05 atau dengan cara lain yakni membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Uji Hipotesis membandingkan nilai sig dengan 0,05 akan menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi dengan melihat nilai signifikansi (sig.) hasil *output spss* adalah: Jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil < dari probabilitas 0.05 mengandung arti bahwa ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan (Y). Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar > dari probabilitas 0,05 mengandung arti bahwa tidak ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y).

Berdasarkan *output* pada tabel 5 di atas diketahui nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari < probabilitas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa “ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan (Y)”.

Uji Hipotesis membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{table} yang dipergunakan untuk pengujian hipotesis ini sering disebut juga uji t, dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji t adalah: Jika nilai t_{hitung} lebih besar > dari t_{table} maka ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y). Sebaliknya, jika nilai t_{hitung} lebih kecil < dari t_{table} maka tidak ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y).

Berdasarkan *output* tabel 5 di atas juga diketahui nilai t_{hitung} sebesar 6,895. Karena nilai t_{hitung} sudah ditemukan, maka langkah selanjutnya akan mencari nilai t_{tabel} . Adapun rumus dalam mencari t_{tabel} adalah: Nilai $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$ dan nilai derajat kebebasan (df) = $n-2 = 11-2 = 9$ dan nilai 0,025; 9 kemudian dilihat pada distribusi nilai t_{tabel} 2,262. Nilai t_{hitung} sebesar 6,895 lebih besar dari $> 2,262$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa “ada pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y). (nilai $t_{hitung} = 6,895$ dianggap lebih besar dari nilai $t_{tabel} = 2,262$ dalam *analysis regresi liner sederhana*)



Gambar 1. Kurva Area Berpengaruh dan Tidak Berpengaruh

Berdasarkan kurva di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,895 terletak pada area pengaruh positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y). Melihat besarnya pengaruh variable X terhadap Y dengan cara mengetahui besarnya pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y) dalam analisis regresi linier sederhana, dapat berpedoman pada nilai R^2 atau R^2 yang terdapat pada *output* SPSS bagian *model summary*.

Tabel 6.
Model Summary

Model Summary^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.917 ^a	.841	.823	2.62637	.841	47.540	1	9	.000	2.512

a. Predictors: (Constant), Nilai Tambah
b. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber: Data diolah 2021

Tabel 6 di atas memperlihatkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,841. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y) adalah sebesar 82,3% sedangkan 17,7% daya saing produk kewirausahaan FST dipengaruhi oleh variable yang lain yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh nilai tambah (X) terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y) adalah sebesar 82,3% karena korelasi nilai tambah terhadap daya saing saling mendukung terciptanya daya saing. Hal ini terlihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 7.
Analisis Keputusan Nilai Tambah dan Daya Saing berdasarkan Kriteria Lama dan Baru yang dilebelkan kepada produk pupuk A3N 766HI

		Daya Saing	
		Lama	Baru
N i l a i a	L	Strategi Kreatifitas	Strategi diferensiasi dan strategi inovasi
	a	Common Value	
	m	Added Value	Inovasi value
	a	Creativity value	
T a m b a h	B	Strategi Inovasi	Strategi Inovasi
	a	Added Value	Inovation Value
	r	Creativity Value	Outcome Value
	u		

Tabel 7 di atas ini adalah cara menentukan keputusan penggunaan strategi berdasarkan perpaduan nilai tambah dan daya saing berdasarkan pada lama dan barunya nilai dan daya saing yang dilihat dari produk yang dianalisis. Semua yang diubah menjadi baru tidak otomatis mempergunakan strategi inovasi. Kriteria yang

dipergunakan pada tabel 7 di atas adalah semua yang mempunyai nilai baru dan daya saing baru mempergunakan strategi inovasi. Sedangkan strategi kreativitas melakukan hal yang baru dan tidak mengubah nilai dari nilai aslinya. Artinya masih melakukan yang baru dari nilai yang sebelumnya namun hal itu sudah meningkatkan daya saing produk.

Strategi yang dipergunakan dalam menghasilkan produk pupuk A3N 766HI itu adalah strategi inovasi karena produk itu sudah melewati nilai: *common value*, *added value*, *creativity value*. Kenapa demikian? Karena produk pupuk A3N 766HI sudah mencapai nilai tambah baru dan daya saing baru. Artinya produk pupuk A3N 766HI itu sudah melakukan pertambahan nilai *outcome* yakni memberikan manfaat produk pupuk A3N 766HI itu untuk meningkatkan taraf hidup para petani dan hal ini produk pupuk A3N 766HI sudah membuat produk itu semakin dicintai oleh petani sehingga para petani loyal mempergunakan produk pupuk A3N 766HI untuk meningkatkan taraf hidup mereka di daerah mereka sendiri.

Tabel 8.
Aktivitas Nilai Tambah dan Daya Saing Produk Pupuk A3N 766HI

	Menciptakan suatu ide, baru, orisinal dan bermakna dan mewujudkan itu menjadi produk nyata sebagai peluang bisnis	Produk Kewirausahaan (A3N 766HI) ditawarkan ke petani untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para petani	Melakukan riset dan development produk pupuk A3N 766HI menjadi produk multi fungsi manfaat	Melakukan asset utilization efficiency dengan cara bermitra dengan para LSM untuk memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan di daerah sebagai bentuk pengurangan biaya produksi dan biaya pengiriman	Melakukan proce premium rendah capability dengan cara menyediakan dan menambah daur hidup bio starter sebagai bahan fermentasi yang dapat dikirimkan ke seluruh Indonesia
Sampah organik dipermatasi menjadi pupuk organik	Strategi kreativitas	Strategi inovasi produk	Produk Inovasi produk	Strategi diferensiasi lokasi, distribusi dan pemasaran	Strategi daya saing
Mengujicobakan pupuk A3N 766HI ke petani untuk dilihat hasilnya baik untuk tanaman dan ternak di beberapa tempat.	Strategi inovasi	Strategi inovasi	Strategi inovasi	Strategi difrensiasi	Strategi daya saing

Tabel 8. (Lanjutan)

	Menciptakan suatu ide, baru, orisinal dan bermakna dan mewujudkan itu menjadi produk nyata sebagai peluang bisnis	Produk Kewirausahaan (A3N 766HI) ditawarkan ke petani untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan para petani	Melakukan riset dan development produk pupuk A3N 766HI menjadi produk multi fungsi manfaat	Melakukan asset utilization efficiency dengan cara bermitra dengan para LSM untuk memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan di daerah sebagai bentuk pengurangan biaya produksi dan biaya pengiriman	Melakukan proce premium rendah capability dengan cara menyediakan dan menambah daur hidup bio starter sebagai bahan fermentasi yang dapat dikirimkan ke seluruh Indonesia
Mendiferensiasi tempat memproduksi, memasarkan dan mendistribusikan pupuk A3N766HI	Strategi diferensiasi	Strategi diferensiasi	Strategi inovasi	Strategi disferensiasi	Strategi daya saing
Menambah manfaat pupuk A3N 766HI yang dapat diberikan untuk tanaman dan ternak	Strategi inovasi produk	Strategi inovasi	Strategi inovasi	Strategi diferensiasi	Strategi daya saing
Mendapatkan royalti dari para mitra dari daerah sebesar Rp. 20.000/liter dari harga jual ke konsumen Rp. 50.000/liter dan menjadikan taraf hidup para petani menjadi meningkat karena selisih biaya peralihan pupuk kimia ke pupuk organik A3N 766HI	Strategi inovasi	Strategi inovasi	Strategi inovasi	Strategi diferensiasi	Strategi daya saing

Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa aktivitas strategi peningkatan nilai tambah harus disesuaikan dengan tujuan daya saing produk pupuk A3N 766HI. Dari aktivitas di atas juga digambarkan bahwa strategi yang sering muncul adalah strategi kreativitas, diferensiasi, strategi inovasi untuk meningkatkan nilai dari *common value*, *added value*, *creativity value*, *innovation value* dan *outcome value*. Kalau strategi peningkatan nilai

itu dilakukan berkelanjutan maka daya saing produk A3N 766HI tetap dapat berkompetisi dari para pesaing yang memproduksi pupuk organik di pasar.

SIMPULAN

Strategi kreativitas, diferensiasi, strategi inovasi untuk meningkatkan nilai tambah: *common value*, *added value*, *creativity value* dan *inovasi value* menjadi bertambah kepada *outcome value* (X) berpengaruh positif terhadap daya saing produk kewirausahaan FST (Y) dengan total pengaruh sebesar 82,3%. Pengaruh positif ini bermakna bahwa semakin meningkatnya nilai tambah maka akan berpengaruh terhadap daya saing produk kewirausahaan FST yaitu A3N 766HI. Daya saing produk kewirausahaan: A3N 766HI inilah yang membuat produk itu dapat berkompetisi dengan para pesaing di pasar karena produk sendiri menyediakan manfaat produk seperti: generatif, vegetatif, insektisida dan fungisida ada dalam satu kemasan produk yang membuat para petani dilayani dengan kualitas produk dibandingkan dengan kualitas produk yang sejenis di pasar lokal dan nasional di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmita, N., Mutiara, V. I., & Hidayat, R. (2019). Analisis Nilai Tambah dan Profitabilitas Usaha Tahu Alami Di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. *JOSETA: Journal of Socio-economics on Tropical Agriculture*, 1(3)
- Gani, L., & Jermias, J. (2006). Investigating the effect of board independence on performance across different strategies. *The international journal of accounting*, 41(3), 295-314
- Kotler, P., & G, Armstrong (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Nagel, P. J. F. (2016). Pengembangan Jiwa dan Kecerdasan Wirausaha untuk Kemandirian Bangsa. *Seminar Nasional IENACO – 2016*, ISSN: 2337 – 4349
- Sanusi, A., & Lestari, W. R. (2017). Memetakan Model Determinasi Perspektif Sustainability di Perguruan Tinggi Kota Bandar Lampung Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Perguruan Tinggi. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, No. 1, pp. 559-585).
- Widiyanto, J. (2010). SPSS For Windows untuk analisis data statistik dan penelitian. *Surakarta: Bp-Fkip Ums*, 51.