

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI KABUPATEN BANTUL

Annisa Diana Haq

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Email: annisadianahaq@gmail.com

Abstract

This research as suppose to analyze the effect of product quality, innovation, human resources and digital marketing towards competitiveness of small and medium enterprises (SMEs) in Bantul. In this research the writer using primary data by spreading questionnaires to respondents tools from SPSS 21. The result of this research shows that (1) variable of product quality has positive effect, (2) innovation positive effect, (3) human resource positive effect and (4) digital marketing positive effect towards competitiveness of small and medium enterprises (SMEs) in Bantul.

Keywords: competitiveness, SMEs, product quality, innovation, human resources and digital marketing.

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan Menengah (UKM) merupakan stimulus atau pendorong bagi perekonomian di Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) keberadaannya tidak hanya memberikan kontribusi nyata pada PDB tetapi juga dapat menyerap tenaga kerja, pemerataan distribusi dari hasil pembangunan dan penanggulangan kemiskinan. Harus diakui pula UKM ini telah memberikan peranannya sebagai pengaman bagi perekonomian nasional selama krisis terjadi. Hal ini dapat dilihat saat terjadi krisis moneter di Indonesia saat pengusaha besar mengalami kerugian yang sangat besar, namun UKM dapat berdiri tanpa terguncang apapun. Menurut Bank Indonesia 2005, UKM merupakan salah satu kekuatan pendorong dalam pembangunan perekonomian Negara.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga berperan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan ekonomi dan ekspor non-migas yang secara langsung turut menciptakan peningkatan pendapatan masyarakat. Secara mikro ekonomi UKM keberadaannya sangat fluktuatif, hal ini dapat terjadi karena pergeseran sektor usaha guna mengikuti pangsa pasar yang ada karena memiliki permodalan yang belum mapan. Oleh karena itu, pertumbuhan UKM sangat sulit untuk terdeteksi. Secara makro ekonomi perkembangan UKM selalu menunjukkan peningkatan.

Keragaman yang dimiliki D.I. Yogyakarta menjadikan daya tarik untuk wisatawan lokal maupun Internasional, keadaan ini dapat mendukung kesuburan pertumbuhan UKM. Banyaknya wisatawan yang berkunjung di DIY menciptakan iklim usaha yang baik bagi UKM sehingga dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Bahkan dengan pemerintah menjadikan sentra industri UKM sebagai daerah tujuan wisata.

Namun dalam hal kemampuan bersaing, UKM masih kalah dengan Usaha Besar (UB). Dilihat dari jumlah ekspor UKM hanya berkisar 16% dari total ekspor tahun 2014. Padahal jumlah UKM 56,3 juta atau sekitar 99,8% dari keseluruhan jumlah unit usaha di Indonesia. UKM menyerap sebanyak 97% tenaga kerja Indonesia. Sama dengan kondisi UKM DIY.

Di Provinsi D.I. Yogyakarta memiliki jumlah UKM yang sangat banyak. Pada tahun 2011 wilayah DIY yang terdiri dari empat kabupaten dan satu kotamadya, yaitu kabupaten Bantul, Gunung Kidul, Kulon Progo, Sleman, Bantul dan Kota Yogyakarta tercatat memiliki sektor UKM sebanyak 201.975 unit.

Semakin pesatnya pertumbuhan UKM di D.I. Yogyakarta menumbuhkan daya saing antar UKM untuk bertahan dalam bisnisnya. Salah satu daerah potensi UKM yang besar adalah Kabupaten Bantul. Di daerah ini, sentra industri kecil dan menengah menjadi andalan karena tidak hanya berhasil merambah pasar domestik melainkan juga pasar internasional. Terdapat dua UKM yang pertumbuhannya sangat pesat, yakni UKM yang berbasis kerajinan gerabah dan Kerajinan kulit yang dapat menembus pasar luar negeri. Pada industri ini dapat menyumbangkan 60% total ekspor barang kerajinan dari provinsi DIY dari daerah Bantul. Dari hasil ekspor kerajinan ini, setidaknya pada tahun 2012 lalu telah mampu menyumbangkan PAD Bantul sebesar 60 Milyar Rupiah.

Persaingan industri yang sangat pesat membuat persaingan antara pelaku UKM semakin tinggi, sehingga menuntut para pelaku dalam bidang kerajinan untuk dapat selalu menggunakan strategi bersaing yang relevan dengan perkembangan kondisi lingkungan bisnisnya agar dapat mempertahankan keunggulan bersaing yang berkesinambungan terhadap perusahaan sejenis serta tetap eksis dalam lingkungan bisnisnya.

Selama kurun waktu 2008 sampai 2015 perkembangan UKM di Kabupaten Bantul mengalami peningkatan yang signifikan. Berikut tabel tentang perkembangan UKM di Kabupaten Bantul.

Tabel 1. Perkembangan UKM di Kabupaten Bantul dari Tahun 2008-2015

Kab/Kota	Tahun/Unit							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Jumlah Seluruh UKM	44.561	44.681	44.768	44.778	44.778	44.805	45.330	45.830
Jumlah BPR/LKM	12	14	14	15	15	15	17	17
Jumlah UKM Non BPR/LKM	44.549	44.667	44.754	44.763	44.763	44.768	45.347	45.847

Sumber data: Disperindagkop dan UKM Provinsi DIY

Jumlah UKM di Kabupaten Bantul dari tahun 2008 sampai 2011 terus mengalami peningkatan dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 0,0194%. Pada tahun 2011 sampai 2012 perkembangan UKM di Kabupaten Bantul tidak mengalami peningkatan yang signifikan atau stagnan ini dikarenakan Disperindagkop tidak memiliki data UKM pada tahun tersebut, sehingga Disperindagkop hanya mengira-

ngira data jumlah UKM dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2012 sampai 2015 mengalami peningkatan kembali dengan pertumbuhan rata-rata 0,036%. Hal ini menunjukkan bahwa UKM di Kabupaten Bantul setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan atau dapat dikatakan jumlah UKM setiap tahunnya selalu bertambah.

Salah satu faktor yang menjadi pengaruh bagi perkembangan maupun pertumbuhan UKM yaitu daya saing yang ditentukan oleh kemampuan SDM untuk memproduksi kualitas barang, harga, desain dan faktor lingkungan. Dalam hal ini yang menjadi pesaing atau *competitor* UKM di Indonesia adalah maraknya produk-produk dari luar negeri seperti pakaian jadi baik itu baru maupun bekas. Produk luar negeri tersebut mendapat respon yang baik dari masyarakat Indonesia karena memiliki kualitas yang bagus, harga terjangkau, dan disain yang disukai masyarakat.

Keberadaan UKM ini diharapkan mampu bersaing baik secara lokal maupun secara internasional dengan cara meningkatkan kemampuannya. Kualitas produk UKM Bantul harus lebih baik atau setidaknya setara dengan kualitas produk UKM diuar Kabupaten Bantul yang memiliki pangsa pasar yang tinggi di DIY.

Karena UKM memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bantul dan UKM pun merupakan salah satu usaha yang bila terjadi krisis tidak mengalami guncangan yang sangat kuat dan mampu bertahan. Oleh karena itu, penulis ingin menganalisis tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi daya saing UKM di Kabupaten Bantul, maka penulis mengambil judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI KABUPATEN BANTUL”**

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh Keunggulan Produk terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul
2. Menganalisis pengaruh Inovasi terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul
3. Menganalisis pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul
4. Menganalisis pengaruh Pemasaran dengan Pemanfaatan Teknologi terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul

TINJAUAN PUSTAKA

Daya Saing

Konsep daya saing adalah suatu konsep ekonomi yang menjelaskan tentang upaya suatu Negara terhadap suatu produk atau komoditi agar mampu diunggulkan di arena perdagangan Internasional agar dapat disejajarkan dengan produk lain yang sejenis, bahkan dapat melebihi produk yang berasal dari Negara lain. Banyak Negara yang melakukan ekspor dengan produk-produknya yang berkualitas baik atau dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk dari Negara lain, serta melakukan impor produk yang tidak dapat di produksi di dalam energi secara efektif.

World Economic Forum (WEF), suatu lembaga yang secara rutin menerbitkan “*Global Competitiveness Report*” mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan suatu perekonomian nasional yang mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi yang berkelanjutan. Komponennya meliputi kebijakan-kebijakan yang tepat, institusi yang sesuai, karakter ekonomi yang lain yang mendukung, terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.

Teori daya saing lainnya adalah keunggulan daya saing Porter. Menurut Porter (1994), keunggulan komparatif dapat dilakukan pada tingkat perusahaan dan pada tingkat nasional. Ada empat hal dalam membangun keunggulan dari suatu Negara digambarkan oleh Porter suatu skema berbentuk berlian, yaitu kondisi seperti tenaga terampil dan sarana prasarana, kondisi permintaan dan tuntutan mutu dalam negeri untuk hasil industri tertentu, eksistensi industri terkait dan pendukung yang berdaya saing, serta strategi, struktur dan persaingan antar perusahaan. Tambunan mengungkapkan bahwa tingkat daya saing suatu Negara di kancah internasional pada dasarnya ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

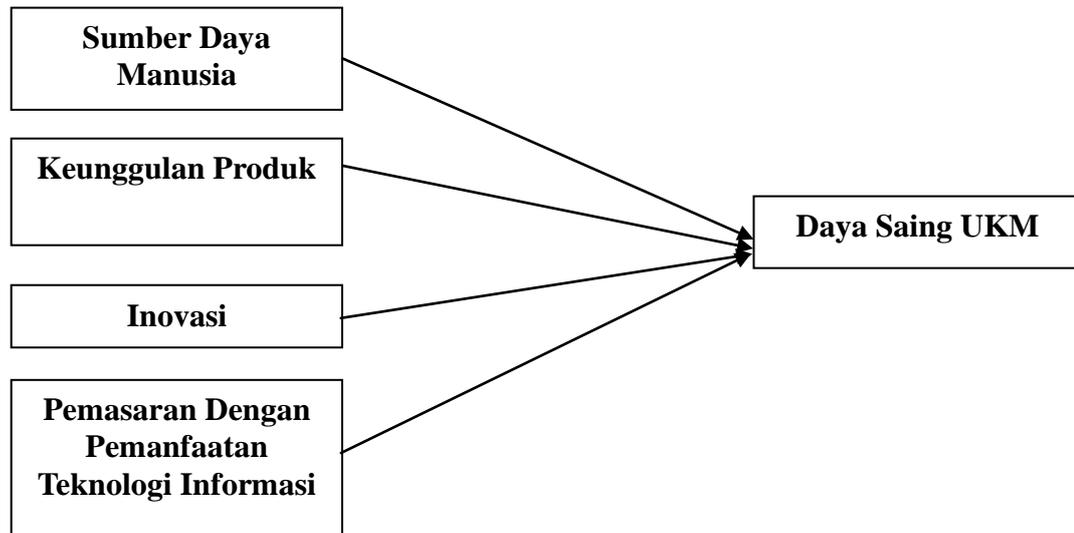
Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merumuskan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/badan usaha perorangan dengan kriteria memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah). Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria berikut: memiliki kekayaan bersih dari Rp. 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Menurut departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No. 9 Tahun 1995) tentang Usaha Kecil dan kemudian dilaksanakan lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah No. 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, dimana pengertian UKM adalah sebagaimana diatur dalam pasal 1 Undang-undang No.9 Tahun 1995 sebagai berikut: (1) Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, (2) Usaha menengah atau usaha besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan skala kecil.

Badan Pusat Statistik Nasional (BPS) memberikan definisi berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang. Sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

KERANGKA PIKIR

Dari penelitian ini kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan, digunakan dan diolah dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya, baik melalui wawancara langsung kepada responden maupun dalam bentuk kuesioner. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Dalam penelitian menggunakan kuesioner untuk memperoleh data.

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder yaitu literatur, artikel, jurnal, BPS dan Disperindagkop. Dalam penelitian ini data sekunder merupakan data pendukung bagi penelitian ini.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Definisi Variabel Penelitian

Mengacu pada judul diatas, maka variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Tergantung (Variabel Dependent)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah:

Daya saing UKM yaitu tingkat sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar, dalam memproduksi barang dan jasa dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan pendapatan perusahaan atau karyawannya. Keunggulan bersaing ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan sehingga diperlukan strategi yang tepat, variabel ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut: (1) kesiapan bersaing, (2)

permintaan pasar, (3) target pemasaran, (4) cepat menanggapi ide-ide baru dan (5) informasi yang luas.

b. Variabel Bebas (Variabel Independent)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dari penelitian ini adalah:

1. Keunggulan produk (X1)

Keunggulan produk adalah bagaimana pengusaha dalam memaksimalkan produk yang mereka miliki agar memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen. Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut: (1) keunikan produk, (2) kualitas, (3) harga, (4) perbedaan produk, dan (5) standarisasi produk. Dari keunggulan produk yang ada diharapkan dapat meningkatkan daya saing yang tinggi.

2. Inovasi (X2)

Inovasi adalah bagaimana perusahaan memiliki kemampuan untuk berinovasi terhadap barang atau jasa yang mereka kelola. Karena inovasi ini sebagai keberhasilan suatu perusahaan dalam bersaing.

Variabel ini menggunakan indikator sebagai berikut: (1) kemasan produk, (2) alat terbaru, (3) bahan baku, (4) strategi, dan (5) perencanaan inovasi. Dari indikator tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing.

3. Sumber Daya Manusia (X3)

Sumber daya manusia merupakan potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di dalam menuju tercapainya kesejahteraan kehidupan dalam tatanan yang seimbang dan berkelanjutan.

Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut: (1) pemilihan tenaga kerja yang kompeten, (2) pemilihan tenaga kerja yang memiliki keterampilan pada bidang masing-masing, (3) pelatihan UKM, (4) aspek mutu dan (5) latar belakang pendidikan. Dari indikator tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing.

4. Pemasaran Secara IT (X4)

Pemasaran merupakan bagaimana perusahaan tersebut dalam menjual produk hasil usahanya. Dimana pada jaman yang sudah menggunakan teknologi yang semakin berkembang diharapkan perusahaan dapat melakukan pemasaran produknya menggunakan teknologi informasi dengan baik untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

Variabel ini diukur menggunakan indikator sebagai berikut: (1) penggunaan komputer, (2) internet, (3) situs website, (4) aplikasi chatting (Line, BBM, WhatsApp dan sebagainya), dan (5) *online shop*. Dari indikator tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing.

Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana yang berguna untuk meramalkan variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua arah atau lebih.

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu keunggulan produk (X1), Inovasi (X2), Sumber daya Manusia (X3) dan Pemasaran dengan Pemanfaatan Teknologi (X4) mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu daya saing UKM (Y).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana:

- Y = Daya Saing UKM
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X1 = Keunggulan Produk
- X2 = Inovasi
- X3 = Sumber Daya Manusia
- X4 = Pemasaran dengan Pemanfaatan Teknologi
- b1 = Koefisien dari variabel produk
- b2 = Koefisien dari variabel inovasi
- b3 = Koefisien dari variabel sumber daya manusia
- b4 = Koefisien dari variabel pemasaran secara TI

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda harus mempunyai asumsi-asumsi yang diterapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias.

Tabel 2. Hasil Analisis regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3,402	1.735		1.960	0.052
Keunggulan Produk	0.208	0.086	0.183	2.405	0.018
Inovasi	0.315	0.085	0.294	3.694	0.000
SDM	0.184	0.066	0.226	2.792	0.006
Pemasaran IT	0.136	0.049	0.205	2.767	0.007

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat ditentukan model regresi linier berganda yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$DS = 3,402 + 0,208 KP + 0,315 INOVASI + 0,184 SDM + 0.136 IT + e$$

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Pendekteksian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KP	0.747	1.338
INOV	0.683	1.463
SDM	0.658	1.519
IT	0.787	1.271

Sumber: Data Primer diolah

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah KP = 1,338; Inovasi = 1,463; SDM = 1,519; PSTI = 1,271 dimana semua nilai VIF pada masing-masing variabel memiliki nilai $VIF < 10$. Dengan demikian, model pengujian ini bebas dari gejala multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui bahwa data yang dipakai dalam model regresi menunjukkan adanya kesamaan *variance* antara residual data penelitian.

Berikut adalah hasil dari pengujian heteroskedastisitas untuk data yang dipakai dalam penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
(Constant)	0.282
Keunggulan Produk	0.536
Inovasi	0.467
SDM	0.940
Pemasaran IT	0.714

Sumber: Data Primer diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap variabel dalam model regresi penelitian memiliki nilai sig $> 0,05$. Hal ini berarti jika variabel yang dipakai dalam model regresi atas penelitian ini tidak terindikasi gejala heteroskedastisitas.

C. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah pengujian yang dilakukan berdistribusi normal, dapat dilihat dari output hasil normalitas.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.57848498
Most Extreme Differences	Absolute	0.055
	Positive	0.043
	Negative	-0.055
Kolmogorov-Smirnov Z		0.632
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.819

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai Sig, dalam pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dari seluruh nilai residu data yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,819, yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi penelitian sebesar 5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan data pada penelitian yang digunakan sebagai sampel telah terdistribusi normal.

D. Uji Statistik

1. Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Tabel 6 Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	272.805	4	68.201	26.524	0.000 ^b
	Residual	321.418	125	2.571		
	Total	594.223	129			

Sumber: Data Primer Diolah

Hasil perhitungan uji F dilihat dalam tabel ANOVA signifikan yaitu sebesar 26,52 dengan signifikansi $(0,000) < (0,05)$ maka dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji t

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Tabel 6. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.402	1.735		1.960	0.052
	KP	0.208	0.086	0.183	2.405	0.018
	INOV	0.315	0.085	0.294	3.694	0.000
	SDM	0.184	0.066	0.226	2.792	0.006
	IT	0.136	0.049	0.205	2.767	0.007

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Keunggulan Produk (H₁)

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing dengan nilai t hitung sebesar 2,405 dan t tabel yang didapatkan sebesar 1,978, maka $2,405 > 1,978$. Dengan demikian, hipotesis pertama (H₁) yang menyatakan Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing dinyatakan **Diterima**.

2) Pengujian Hipotesis Inovasi (H₂)

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap Daya Saing dengan nilai t hitung sebesar 3,694 dan t tabel yang didapatkan sebesar 1,978, maka $3,694 > 1,978$. Dengan demikian, hipotesis kedua (H₂) yang menyatakan Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing dinyatakan **Diterima**.

3) Pengujian Hipotesis Sumber Daya Manusia (H₃)

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap Daya Saing dengan nilai t hitung sebesar 2,792 dan t tabel yang didapatkan sebesar 1,978, maka $2,792 > 1,978$. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H₃) yang menyatakan Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap Daya Saing dinyatakan **Diterima**.

4) Pengujian Hipotesis Pemasaran secara Teknologi Informasi (H₄)

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap Daya Saing dengan nilai t hitung sebesar 2,767 dan t tabel yang didapatkan sebesar 1,978, maka $2,767 > 1,978$. Dengan demikian, hipotesis keempat (H₄) yang menyatakan Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing dinyatakan **Diterima**.

E. Uji Koefisien Determinasi

Tujuan pengujian ini adalah untuk menguji kontribusi antara variabel dependen dan independen secara simultan (R^2) yang dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.678(a)	0.459	0.442	1.604

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,678, dimana menunjukkan bahwa variabel daya saing dijelaskan oleh variabel keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia dan pemasaran secara IT sebesar 44,2% sedangkan 55,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam model ini.

F. Pembahasan

Nilai koefisien KP sebesar 3,402 dengan signifikan sebesar $0,018 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Keunggulan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Keunggulan produk berpengaruh positif terhadap daya saing UKM di Kabupaten Bantul, dengan menggunakan indikator keunikan produk, kualitas produk, harga, perbedaan produk dan standarisasi produk yang dilakukan ternyata memiliki pengaruh positif terhadap daya saing UKM di kabupaten Bantul

Nilai koefisien regresi inovasi sebesar 0,315 dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Dengan menggunakan indikator inovasi kemasan produk (*packaging*), menggunakan alat terbaru, bahan baku, strategi menciptakan produk baru dan perencanaan sebelum melakukan inovasi terhadap produk yang akan diproduksi ternyata memiliki hasil yang signifikan terhadap daya saing UKM di Kabupaten Bantul. Semakin gencarnya inovasi yang dilakukan oleh UKM di Kabupaten Bantul maka dapat meningkatkan daya saing UKM di Kabupaten Bantul.

Nilai koefisien regresi SDM sebesar 0,184 dengan signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel SDM berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Dengan menggunakan indikator kompetensi tenaga kerja, keterampilan tenaga kerja, pelatihan UKM, aspek mutu tenaga kerja dan latar belakang pendidikan tenaga kerja yang dilakukan ternyata memiliki pengaruh yang positif terhadap daya saing UKM di Kabupaten Bantul. Hal ini berarti UKM-UKM yang berada di Bantul telah melakukan pengelolaan yang baik untuk sumber daya manusia yang berada di dalam UKM tersebut. Sehingga sumber daya manusia tersebut mampu menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas dengan daya saing yang tinggi.

Nilai koefisien pemasaran secara IT memiliki regresi sebesar 0,136 dengan signifikan sebesar $0,007 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran secara IT berpengaruh positif terhadap daya saing Usaha Kecil dan Menengah UKM di Kabupaten Bantul. Dengan menggunakan indikator penggunaan komputer untuk mendukung manajemen, internet, situs website, aplikasi *chatting* (BBM, Line, WhatsApp dan sebagainya) dan *online shop*. Pemasaran secara IT berpengaruh signifikan berarti bahwa UKM yang ada di Kabupaten Bantul sudah banyak yang

memanfaatkan fasilitas teknologi yang tersedia dengan baik guna mendukung usaha mereka dan hal inipun dapat meningkatkan daya saing UKM di Kabupaten Bantul.

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil regresi linier berganda penelitian ini menghasilkan bahwa Keunggulan Produk, Inovasi, Sumber Daya Manusia dan Pemasaran Secara Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Para pelaku UKM di Kabupaten Bantul diharapkan tetap mempertahankan dan meningkatkan produk yang dihasilkan, memiliki kreativitas dalam melakukan inovasi terhadap produk yang diproduksi, melakukan pemilihan SDM yang baik dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai pendukung untuk meningkatkan daya saing UKM di Kabupaten Bantul.
2. Pada penelitian ini didapatkan hasil 55,8% faktor-faktor lainnya yang memengaruhi daya saing UKM di Kabupaten Bantul. Oleh karena itu, para pelaku usaha diharapkan dapat tetap fokus dan tidak lengah terhadap faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi daya saing UKM di Kabupaten Bantul. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi daya saing UKM.
3. Disperindagkop diharapkan dapat terus memberikan pelatihan, pengarahan dan informasi kepada para pelaku usaha UKM agar mereka dapat bersaing tidak hanya persaingan lokal saja tetapi dapat merambah persaingan nasional ataupun internasional.
4. Pada era melek teknologi saat ini UKM di Kabupaten Bantul diharapkan dapat lebih memanfaatkan penggunaan teknologi informasi seperti BBM, WhatsApp, Line dan sebagainya, karena masyarakat saat ini sudah banyak di gunakan oleh masyarakat. Sehingga para UKM diharapkan memanfaatkannya dengan baik agar dapat meningkatkan daya saing yang tinggi.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memiliki keterbatasan, antara lain:

1. Dalam penelitian ini hanya terdapat empat variabel independen saja yaitu keunggulan produk, inovasi sumber daya manusia (SDM) dan pemasaran secara TI. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel atau memakai variabel lain yang mempengaruhi daya saing selain variabel pada penelitian ini.
2. Objek pada penelitian ini kurang luas karena hanya terbatas pada daerah Kabupaten Bantul. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah objek penelitiannya misalkan meneliti semua Kabupaten yang ada di D.I. Yogyakarta ataupun secara Nasional sehingga dapat meningkatkan daya saing UKM yang akan berdampak kepada pertumbuhan ekonomi.
3. Jumlah kuesioner yang disebar pada peneliti hanya sebesar 130 di kerjakan

keterbatasan waktu, tenaga dan biaya penulis. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah kuesioner atau responden agar mendapatkan hasil yang abasah

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fatah, Ahmad Vian. 2011. " *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing (Survey Pada UKM Deden Tasik Malaya)*". Jurnal. UNIKOM Bandung
- Al Farisi, Raisan. 2013. " *Penagaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha*". Tesis. Universitas Pendidikan Indonesia
- Algifari.2002. *Analisis Regresi, Teori & Solusi*. Yogyakarta: BPFE UGM
- Arikuntoro, Suharsimi. 2006. " *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*". Jakarta: Rineka Cipta
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Bantul Dalam Angka 2015*. Kabupaten Bantul
- Dismawan, Rangga. 2014. " *Pengaruh Kreativitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes Pada Toko Kue Soes Merdeka Di Jl. Merdeka No. 25 Bandung*". Jurnal Manajemen Ekonomi.
- Eka, Miranda., Julisar. 2013. " *Pemakaian E-Commerce Usaha Kecil dan Menengah Guna Meningkatkan Daya Saing*". Jurnal Volume 4 No. 2
- Endraswari, Rizki Matiskha. 2006. " *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Aplikasi Teknologi Informasi dan Penegaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada UKM Kerajinan Tangan Bantul, Yogyakarta)*". Tesis. Universitas Diponegoro
- Gazhali, Imam. 2001. " *Aplikasi Anlisis Multivariate dengan Program SPSS*". Semarang: BPUD
- Hafsah, Mohamad J. 2004. " *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*". Infokop Nomor 25 Tahun XX
- Handiani, Eka. 2011. " *pengaruh Faktor Internal, Eksternal, Entrepreneurship, Strategi dan Kinerja terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah*". Jurnal Dinamika Manajemen vol.3 No.1.
- Hermana, Budi. . " *Mendorong Daya Saing di Era Informasi dan Globalisasi: Pemanfaatan Modal Intelektual dan Teknologi Informasi sebagai Basis Inovasidi Perusahaan*". Jurnal. Guna Darma
- ILO. 2008. " *Labour and Social Trends in ASEAN 2008: Driving Competitiveness and Prosperity with Decent Work*. Bangkok: International Labour Organization Regional Officer for Asia and The Pacific
- Jesika. 2012. " *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing UKM Berorientasi Ekspor di DKI Jakarta*". Ekonomi Menejemen Universitas Guna Darma
- Juriyah. 2013. " *Pengaruh Inovasi Terhadap Daya Saing UMKM (Studi Kasus UMKM di Kec. Rubaru Kab. Sumenep)*".Jurnal. Universitas Trinojoyo Madura.
- Kotler, Philip & Kevin Lan Keller. 2007. " *Manajemen Pemasaran*". Edisi Duabelas jilid 1 (Alih Bahasa, Benyamin Molan). Jakarta: Indeks
- Melilea, Andi Suranta., Matondang, Nazarudin., Rahmi, Sari. 2014. " *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) berbasis Kaizen*". Jurnal Optimus Sistem Industri, Vol. 13 No. 2
- Muchlas, Zainul. 2015. " *Strategi Inovasi dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM)*

- Agro Industri di Kota Batu*". Jurnal.STIE Asia Malang.
- Mujarat, Kuncoro. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*: Jakarta: Erlangga
- Nuryanti. 2013. "Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM)". Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Riau Volume 21, No. 4
- Porter, Michael.1994. *Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Memertahankan Kinerja Unggul*. Binarupa Aksara: Jakarta.
- Priyadi, Unggul, Anjar Riyanto. 2014 "Analisis Pengaruh PDRB, Kredit Modal Kerja dan UMP Terhadap Jumlah UKM di D.I. Yogyakarta".Jurnal.Universitas Islam Indonesia.
- Riyanto Yan, Erman Aminullah, dan Khamani. 2008. "Strategi Peningkatan Kemampuan Adopsi Teknologi Informasi Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM". Jurnal Lembaga Ilmu Penegetahuan Indonesia (LIPI).
- Sahid, Yusuf. 2007. "From Creativity to Innovation". Policy Research Working Paper 4262, June, Development Research Group World Bank, Washinton D.C
- Sriyana, Jaka. 2010. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul". Universitas Islam Indonesia
- Sugiono, 2004. "Metode Penelitian Bisnis".Cetakan keenam. Alfabeta: Bandung
- Tohar, M. 2001. "Membuka Usaha Kecil". Yogyakarta: Kanisius
- Tri, Basuki & Imamudin Yuliadi. 2015. "Ekonomic Data Processing (SPSS 15 dan Eviews)". Yogyakarta: Data Media
- Tulus Tambunan, "Ukuran Daya Saing Koperasi dan UKM"
- Wahyudi, Muhammad. 2009. " Analisis Faktor-Faktor yang Mempegaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Kecil dan Menegah(UKM) di Yogyakarta". Universitas Diponegoro
- Wardhani, Rulyanti Susi. 2010. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang". Universitas Bangka Belitung.
- Winarni, Endang S,. 2006. "Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksebelitas Kredit Perbankan". Infokop Nomor 29 Tahun XXM
- Wuryandani Dewi, Hilma Meilani. 2013. "Peranan Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta". Jurnal Ekonomi Kebijakan dan Publik Vol. 4 No.1
- Zainuddin, M. 2011."Metodologi Penelitian Kefarmasian dan Kesehatan". Surabaya: Airlangga University Press