

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

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.

Berbagai permasalahan yang timbul dapat menghambat pengembangan dan pengoptimalan pemanfaatan peluang yang ada. Permasalahan yang timbul itu

misalnya, rendahnya produktivitas. Menurut Hafsah (2004) pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar perkembangannya cepat dan luas dan memperhatikan permasalahan yang dimiliki oleh UKM. Adapun permasalahan yang timbul dalam UKM, menurut penelitian Winarni (2006) permasalahan UKM yang dihadapi UKM yaitu sebagai berikut: (1) sumber modal usaha adalah modal pribadi, (2) masih sulitnya akses untuk memasarkan produk, (3) Struktur organisasi yang dalam pembagiannya masih kaku, (4) Kualitas manajemen yang masih rendah dan jarang yang mempunyai rencana usaha, (5) Sumber daya manusia yang masih terbatas dan memiliki kualitas yang masih rendah, (6) Sebagian UKM tidak memiliki laporan keuangan dan tidak memisahkan kekayaan pribadi dan kekayaan perusahaan, (7) Aspek legalitas lemah, (8) pemilik memiliki ikatan batin dengan perusahaan.

Menurut Hafsah (2004) permasalahan yang dihadapi UKM, pemerintah maupun masyarakat dapat melakukan upaya seperti: (1) dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif, (2) Bantuan permodalan, (3) Perlindungan usaha, (4) pengembangan kemitraan, (5) Membentuk lembaga khusus dan (6) Mengembangkan promosi usaha.

Ada beberapa alasan kuat mengapa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) perlu dikembangkan di Indonesia. Pertama, UKM dapat menyerap tenaga kerja, dimana estimasi tenaga kerja yang diserap UKM sampai tahun 2012 UKM menyerap 97% tenaga kerja, pada tahun 2013 UKM dapat menyerap 97,3% dari jumlah tenaga kerja di Indonesia. Adanya perkembangan usaha UKM menimbulkan dampak yang positif bagi peningkatan jumlah tenaga kerja dan

pengurangan jumlah angka kemiskinan. Melalui Modal yang sedikit dapat membangun usaha kecil, teknologi yang digunakan sangat sederhana sehingga bersifat padat karya, yang membutuhkan banyak tenaga kerja.

Kedua, pemerataan dalam distribusi pembangunan. Lokasi UKM banyak dipedesaan dan menggunakan sumber daya alam lokal. Adanya perkembangan UKM yang baik dapat mendorong terjadinya pemerataan dalam distribusi pendapatan dan pemerataan pembangunan. Sehingga, dapat mengurangi diskriminasi kesenjangan antara desa-kota. Ketiga, pemerataan dalam distribusi pendapatan. UKM sangat kompetitif dengan pola pasar hampir sempurna, tidak ada monopoli dan mudah dimasuki (*barrier to entry*). Pengembangan yang melibatkan banyak jumlah tenaga kerja akan mempertinggi daya beli masyarakat.

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 1.1
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.

Tabel 1.2
Penyerapan Tenaga Kerja dan Omset UKM di Kabupaten Bantul
Tahun 2008-2015

No	Tahun	Penyerapan Tenaga Kerja	Omset Pertahun
1	2008	187.156	5.347.230
2	2009	187.660	5.585.125
3	2010	192.502	5.685.536
4	2011	192.545	5.821.140
5	2012	197.023	5.865.918
6	2013	197.142	5.914.260
7	2014	199.452	5.439.600
8	2015	200.142	5.469.960

Sumber: Disperindagkop Kab. Bantul

Penyerapan tenaga kerja dari sektor UKM di Kabupaten Bantul setiap tahunnya dari tahun 2008-2015 selalu mengalami kenaikan yang signifikan. Dengan rata-rata peningkatannya yaitu sebesar 0,55%. Sedangkan omset UKM pun mengalami peningkatan setiap tahunnya dengan rata-rata peningkatannya sebesar 0,183% .

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 di luar 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”**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini dinilai penting agar tidak terjadi perluasan dalam pembahasan. Pembatasan secara spesifik juga membuat pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan terarah adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah pada faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. UKM pada penelitian ini yaitu UKM Sentra Kerajinan Gerabah, Sentra Kerajinan Kulit, Sentra Kerajinan Batik Tulis dan Sentra Kerajinan Kayu Batik di Kabupaten Bantul. Variabel dependen yang digunakan yaitu Daya Saing. Sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah Keunggulan Produk, Inovasi, Sumber Daya

Manusia Dan Pemasaran Secara Teknologi Informasi. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah hasil dari kuesioner yang disebarakan kepada usaha kecil dan menengah yang berada di Kabupaten Bantul dan adapun data dari BPS maupun Disperindagkop sebagai data pendukung bagi penelitian ini.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, adapun masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Keunggulan Produk terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul ?
2. Bagaimana pengaruh Inovasi terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul ?
3. Bagaimana pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul ?
4. Bagaimana pengaruh Pemasaran secara Teknologi Informasi terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, dapat ditentukan tujuan penelitian ini adalalah 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

E. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Menambah ilmu serta sumber pustaka dalam bidang UKM di kabupaten Bantul serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UKM di Kabupaten Bantul.

2. Bagi Masyarakat

Dapat menambah wawasan masyarakat tentang peranan UKM sebagai salah satu indikator pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bantul, serta diharapkan masyarakat dapat membuka UKM itu sendiri yang akan berpengaruh kepada daya saing usahanya.

3. Bagi Dinas Terkait

Dapat digunakan sebagai bahan untuk mengembangkan dan mengetahui apa saja yang menjadi pengaruh bagi daya saing UKM yang ada di Kabupaten Bantul agar dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Dan sebagai bahan untuk

mengembangkan lagi UKM di Kabupaten Bantul agar dapat bersaing baik itu secara lokal yaitu di Kabupaten Bantul sendiri atau secara nasional.