

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori 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 negeri 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*). Faktor-faktor keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh setiap unit usaha untuk dapat bersaing di pasar dunia adalah sebagai berikut:

- a. Penguasaan teknologi
- b. Sumberdaya manusia dengan kualitas tinggi dan memiliki etos kerja, kreativitas dan motivasi yang tinggi
- c. Tingkat efisiensi dan produktivitas yang tinggi dalam proses produksi
- d. Kualitas serta mutu yang baik dari barang yang dihasilkan
- e. Promosi yang luas dan agresif
- f. Sistem manajemen dan struktur yang baik
- g. Adanya skala ekonomis dalam proses produksi
- h. Modal serta prasarana lainnya yang cukup
- i. Tingkat *entrepreneurship* yang tinggi

Menurut Tambunan UKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh:
(1)kecerendungan yang meningkat dari laju pertumbuhan volume

produksi,(2)pangsa pasar domestik dan pasar ekspor yang selalu meningkat, (3)untuk pasar domestik tidak hanya melayani pasar lokal tetapi juga pasar nasional dan (4)untuk pasar ekspor tidak hanya melayani di satu Negara tetapi juga banyak Negara.

Menurut Sahid Yusuf yang diterjemahkan oleh Tulus Tambunan Daya saing sebuah perusahaan tercerminkan dari daya saing produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Faktor pertama aspek sumber daya manusia, yang mana keahlian pekerja tidak hanya dalam teknik produksi (antara lain produk dan proses produksi) tetapi juga teknik pemasaran dan dalam penelitian dan pengembangan. Sedangkan keahlian pengusaha terutama adalah wawasan bisnis, mengenai bisnis dan lingkungan eksternal. Wawasan pengusaha yang luas sangat penting bagi inovasi dan saat ini inovasi merupakan kunci utama daya saing.

Keunggulan Kompetitif secara Umum (Model Daya Saing Internasional ME Porter dan Model 9 Faktor Dong-Sung Cho)

Teori porter tentang daya saing berangkat dari keyakinannya bahwa ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komparatif tidak mencukupi atau bahkan tidak tepat. Menurut Porter, suatu negara memperoleh keunggulan daya saing jika perusahaan (yang ada dinegara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya.

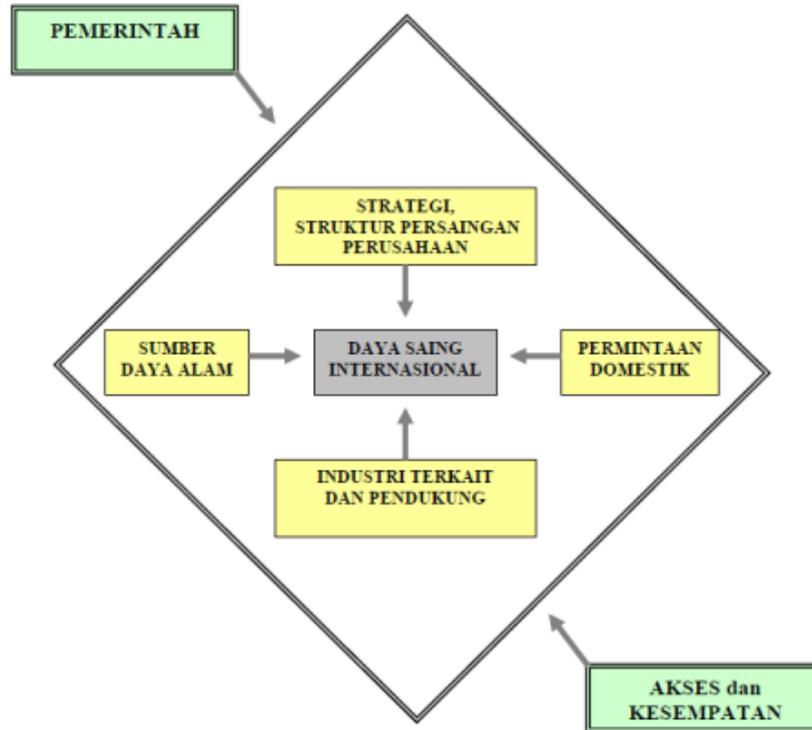
Menurut porter, keunggulan komparatif dapat ditemukan pada tingkat perusahaan dan pada tingkat nasional. Empat atribut dalam membangun keunggulan dari suatu negara digambarkan oleh Porter sebagai suatu skema berbetuk berlian, empat atribut tersebut adalah:

- 1) Kondisi faktor, seperti: tenaga terampil dan prasarana,
- 2) Kondisi permintaan dan tuntutan mutu dalam negari untuk hasil industri tertentu,
- 3) Eksistensi industri terkait dan pendukung yang berdaya saing
- 4) Strategi, struktur dan persaingan antar perusahaan.

Selain itu terdapat korelasi yang cukup signifikan dengan variabel peran pemerintah untuk menciptakan keunggulan daya saing nasional dan faktor kebetulan (penemuan baru, melonjaknya harga, perubahan kurs dan konflik keamanan antar negara, maka semakin tinggi pula tingkat daya saing internasionalnya.

Dalam perjalanan waktu, model berlian Porter tak urung menuai kritik dari berbagai kalangan. Pada kenyataannya, ada beberapa aspek yang tidak termasuk dalam persamaan Porter ini, salah satunya adalah bahwa model berlian dibangun dari studi kasus di sepuluh negara maju, sehingga tidak relevan jika digunakan untuk menganalisis negara-negara berkembang. Selain itu meningkatkan kompleksitas akibat globalisasi, serta perubahan sistem perekonomian mengikuti perubahan rezim politik, menjadikan model berlian Porter hanya layak sebagai pionir dan acuan pertama dalam kancah studi membangun daya saing negara.

Gambar 2.1
Model Berlian Daya Saing Internasional



Model 9 faktor yang diciptakan oleh Dong-Sung Cho merupakan pengembangan dari model berlian Porter. Menurut Dong-Sung Cho, kita membutuhkan model yang bisa mengatakan pada kita bukan seberapa banyak tingkat sumber daya yang sekarang dimiliki oleh suatu negara, tetapi siapa yang menciptakan sumber daya dan kapan seharusnya setiap sumber daya itu diciptakan.

Perbedaan 9 faktor dari model berlian adalah faktor yang terletak di luar faktor berlian, yaitu keberadaan 4 faktor yang meliputi tenaga kerja, birokrasi dan politisi, kewirausahaan, serta teknisi, perancang dan manajer profesional.

Gambar 2.2
Model 9 Faktor Daya Saing Internasional



B. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Definisi UKM sangat banyak dan memiliki perbedaan di setiap definisi baik itu dari lembaga ataupun dari peneliti tergantung dengan aspek-aspek yang ditinjau yang akan mendapatkan definisi yang sesuai dengan ukuran kuantitatif yang sesuai dengan kemajuan ekonomi. Sehingga diperlukannya batasan yang dapat menimbulkan definisi-definisi usaha kecil dari berbagai segi.

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 usaha besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai criteria 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 ensitas 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.

Menurut M. Tohar dalam bukunya *Membuat Usaha Kecil* (2001) definisi usaha kecil dari berbagai segi tersebut adalah sebagai berikut:

a) Berdasarkan total aset

Pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat membuka usaha

b) Berdasarkan total penjualan

Pengusaha kecil adalah pengusaha yang memiliki hasil total penjualan bersih/tahun paling banyak Rp.1.000.000.000

c) Berdasarkan status kepemilikan

Pengusaha kecil adalah usaha berbentuk perseorangan yang bias berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang didalamnya termasuk koperasi.

Menurut Bank Dunia (World Bank), usaha kecil merupakan usaha gabungan atau usaha keluarga dengan tenaga kerja kurang dari 100 orang, termasuk di dalamnya usaha yang dikerjakan oleh satu orang yang sekaligus bertindak sebagai pemilik. Usaha kecil merupakan usaha untuk mempertahankan hidup (*survival activities*) yang kebutuhan keuangannya dipenuhi oleh tabungan dan pinjaman berskala kecil.

Menurut ILO (*International Labour Organization*), usaha kecil adalah usaha yang memperkerjakan maksimal 10 orang dan menggunakan teknologi

sederhana, aset minim dan kemampuan manajerial rendah serta tidak membayar pajak.

Beberapa Negara memiliki standar yang berbeda dan ada pula yang menggunakan kombinasi dari berbagai tolak ukur dalam mendefinisikan UKM berkaitan dengan dasar hukum. Brunei Darussalam misalnya, menggolongkan usaha berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu 6-50 orang tenaga kerja sebagai usaha kecil dan 51-100 orang tenaga kerja sebagai usaha menengah. Sementara itu Australia menggolongkan usaha berdasarkan tenaga kerja, yaitu 20 orang tenaga kerja untuk usaha kecil, 21 sampai 200 untuk usaha menengah dan lebih dari 200 tenaga kerja untuk usaha besar.

C. Keterkaitan antar Variabel

1. Keterkaitan Antara Keunggulan Produk dengan Daya Saing

Menurut Kotler dan Keller 2007 keunggulan produk merupakan cara perusahaan untuk memenangkan persaingan melalui suatu daya pembeda atau keunikan atribut sehingga dipersepsikan sebagai produk yang memiliki nilai lebih oleh konsumen. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Hanya perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik yang dapat tumbuh pesat dan dalam jangka panjang perusahaan itu akan lebih berhasil dari perusahaan lain.

Hasil penelitian Jessica (2012) menyatakan bahwa keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap produk yang dihasilkan oleh UKM-UKM di DKI Jakarta ternyata telah banyak didukung oleh keunggulan baik dari segi

keunikan, kualitas, maupun harga untuk dapat menciptakan daya saing yang tinggi, sehingga daya tarik bagi konsumen khususnya pada pasar ekspor. Oleh Karena itu, keunggulan produk dapat memberikan peningkatan daya saing UKM yang berorientasi Ekspor.

2. Keterkaitan Antara Inovasi dengan Daya Saing

Jesika (2012) menyatakan bahwa inovasi yang dilakukan oleh UKM berpengaruh signifikan terhadap daya saing UKM yang berorientasi ekspor di DKI Jakarta. Hal ini dikarenakan UKM di DKI Jakarta dapat menciptakan inovasi yang baik bagi usaha yang mereka jalani sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha mereka.

Keunggulan bersaing merupakan kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Banyak hal yang menjadi faktor penentu daya saing salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Menurut Hurly dan Hult (2012) yang dikutip oleh Rangga Dismawan menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu dampak dari teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan keunggulan bersaing. Kemajuan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut.

Inovasi merupakan pijakan bagi UKM untuk mencapai tingkat daya saing yang kompetitif. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses atau inovasi produk akan meningkatkan kemampuan UKM dan dapat menciptakan produk

yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing UKM yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerja UKM.

Menurut Zahra & Das, 1993; Zahra & George, 2000; Haiyang Li, 2001. yang dikutip dari Muchlas Zainul Inovasi adalah tuntutan agar suatu perusahaan tetap bertahan dan bersaing. Sehingga, perusahaan harus melakukan strategi inovasi yang tepat. Strategi inovasi berpengaruh signifikan pada daya saing perusahaan. Hal ini karena lingkungan bisnis yang dinamis sehingga mengharuskan perusahaan melakukan inovasi.

3. Keterkaitan Antara Sumber Daya Manusia (SDM) dengan Daya Saing

Sumber daya manusia (SDM) merupakan *asset* utama bagi suatu organisasi atau instansi, karena sebagai motor penggerak organisasi. Oleh karena itu, dibutuhkan SDM yang yang berpengetahuan, berkualitas, berkapasitas serta memiliki daya saing tinggi sehingga mampu untuk mengembangkan dan mempertahankan posisi organisasi/instansi dalam suatu lingkungan yang kompetitif.

Jesika (2012) menyatakan bahwa dengan melakukan pelatihan dan pengelolaan SDM dengan baik dapat berpengaruh signifikan terhadap daya saing UKM berorientasi ekspor terhadap daya saing UKM di DKI Jakarta. Sehingga SDM pada UKM-UKM tersebut dapat menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas dengan daya saing UKM yang tinggi.

4. Keterkaitan Antara Pemasaran Secara IT dengan Daya Saing

Teknologi Informasi merupakan bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuk. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, perusahaan mikro kecil atau menengah dapat memasuki pasar global. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering kali dikenal *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemakaian internet memungkinkan UKM dapat menembus pasar global, sehingga peluang menembus ekspor sangat mungkin.

Jesika (2012) dengan mengikuti perkembangan zaman, perkembangan teknologi informasi bukanlah hal yang asing lagi bagi para pelaku UKM. Dari hasil penelitiannya dapat diketahui bahwa pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap daya saing UKM di DKI Jakarta. Hal ini berarti usaha-usaha kecil telah dapat memanfaatkan teknologi informasi dengan baik untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Riyanto & Erman Amrullah menunjukkan bahwa adopsi TI di UKM memiliki dampak signifikan terhadap daya saing yaitu melalui peningkatan produktivitas dan peningkatan posisi pasar. Peran TI terhadap daya saing terlihat dalam kemampuannya

meningkatkan produktivitas dan merespon permintaan konsumen lebih cepat. Pemasaran secara TI sangat membantu dalam dalam bidang manajemen perusahaan dan berdampak langsung dalam peningkatan omset perusahaan. Hal tersebut menunjukkan peran TI terhadap peningkatan daya saing.

D. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Handriani Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman, Semarang pada tahun 2011 yang berjudul “ Pengaruh Faktor Internal, Eksternal, Entrepreneurial Skill, Strategi dan Kinerja Terhadap Daya Saing UKM Di Kabupaten Semarang” menggunakan Daya saing sebagai Variabel dependent dan 4 variabel independen yaitu faktor internal, eksternal, entrepreneurial skill dan strategi. Metode yang digunakan adalah analisis Regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian tersebut bahwa variabel internal (X1), Eksternal (X2), variabel Entrepreneur skill (X3), strategi (X4) dan Kinerja (X5) cukup baik secara parsial maupun simultan terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Karena hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif antar Variabel terhadap daya saing. Jika masing-masing variabel ini meningkat maka daya saing UKM di Kabupaten Semarang juga meningkat

Penelitian yang dilakukan oleh Andi Suranta Meliala mahasiswa Universitas Sumatera Utara yang berjudul “ Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) berbasis KAIZEN” pada tahun 2014. Variabel dependent yang digunakan adalah daya saing sepatu dan variabel independen yang digunakan sumber daya manusia, proses pembuatan sepatu, fasilitas dan persaingan usaha. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif

yaitu mengklasifikasikan data dan mencari modusnya. Variabel tenaga kerja berpengaruh dominan terhadap produksi kerajinan sepatu. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan, diketahui bahwa permasalahan tenaga kerja dan proses menjadi fokus permasalahan utama.

Menurut Jesika Mahasiswa Universitas Gunadarma pada tahun 2012. Dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing UKM Berorientasi Ekspor Di DKI Jakarta” dengan menggunakan variabel dependen Daya saing dan variabel independen keunggulan produk, Inovasi, Sumber daya Manusia dan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode analisis linier berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu, ada pengaruh yang kuat terhadap daya saing UKM yang berorientasi ekspor di DKI Jakarta yaitu variabel keunggulan produk (X1), inovasi (X2), Sumber Daya Manusia (X3) dan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi (X4).

E. Hipotesis

H₁: Diduga Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul

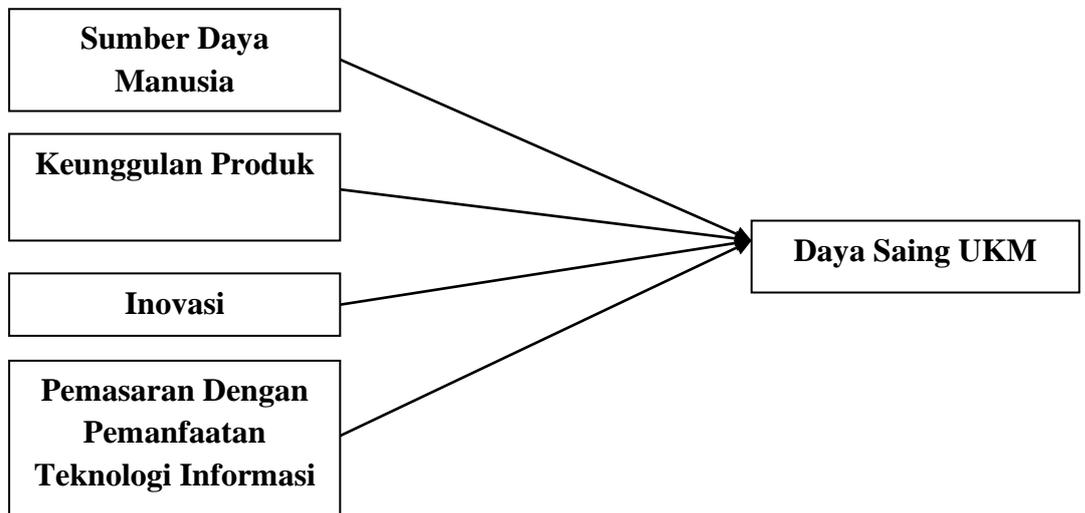
H₂: Diduga Inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul

H₃: Diduga Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul

H₄: Diduga Pemasaran secara Teknologi Informasi berpengaruh positif terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul

F. Kerangka Pikir

Dari penelitian ini kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3
Skema Hubungan Daya Saing Dengan Variabel yang Mempengaruhinya