

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel, sebab kebenaran data yang diperoleh sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1) Uji Validitas

a. Daya Saing

Variabel daya saing dalam penelitian tentang daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul ini diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan dan masing-masing pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan merupakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Dari tabel 5.1, menunjukkan bahwa butir pertanyaan 1 sampai dengan 5 dikatakan valid karena korelasi (r) dengan nilai total masing-masing variabel $>0,5$. Karena seluruh item daya saing memiliki nilai total $>0,5$, maka seluruh item daya saing dikatakan Valid.

Tabel 5.1
Hasil Uji Validitas Daya Saing

	Component
DS1	0.520
DS2	0.572
DS3	0.731
DS4	0.720
DS5	0.727

Sumber: Data Primer diolah

b) Keunggulan Produk

Variabel keunggulan produk dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan dalam masing-masing pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur keunggulan produk dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.2
Hasil Uji Validitas Keunggulan Produk

	Component
KP1	0.630
KP2	0.662
KP3	0.708
KP4	0.747
KP5	0.685

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel 5.2, menunjukkan bahwa butir pertanyaan 1 sampai dengan 5 dikatakan valid karena memiliki korelasi (r) dengan nilai total masing-masing variabel >0,5. Karena seluruh item

keunggulan produk memiliki nilai total $>0,5$, maka seluruh item keunggulan produk dikatakan valid.

c) Inovasi

Variabel inovasi dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan dan masing-masing pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur inovasi yang tersedia dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.3
Hasil Uji Validitas Inovasi

	Component
Inovasi1	0.633
Inovasi2	0.629
Inovasi3	0.670
Inovasi4	0.645
Inovasi5	0.653

Sumber: Data Primer diolah

Dari tabel 5.3, menunjukkan bahwa butir pertanyaan 1 sampai dengan 5 dikatakan valid karena memiliki korelasi (r) dengan nilai total masing-masing variabel $>0,5$. Karena seluruh item keunggulan produk memiliki nilai total $>0,5$, maka seluruh item keunggulan produk dikatakan valid.

d) Sumber Daya Manusia

Variabel sumber daya manusia dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan dan masing-masing pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur sumber daya manusia yang tersedia dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.4
Hasil Uji Sumber Daya Manusia

	Component
SDM1	0.691
SDM2	0.688
SDM3	0.623
SDM4	0.514
SDM5	0.744

Sumber: Data primer diolah

Dari tabel 5.4, menunjukkan bahwa butir pertanyaan 1 sampai dengan 5 dikatakan valid karena memiliki korelasi (r) dengan nilai total masing-masing variabel $>0,5$. Karena seluruh item sumber daya manusia memiliki nilai total $>0,5$, maka seluruh item sumber daya manusia dikatakan valid.

e) Pemasaran secara IT

Variabel pemasaran secara IT dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan dan masing-masing pertanyaan

merupakan indikator untuk mengukur pemasaran secara IT yang tersedia dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.5
Hasil Uji Validitas Pemasaran Secara IT

	Component
PSTI1	0.762
PSTI2	0.823
PSTI3	0.617
PSTI4	0.845
PSTI5	0.684

Sumber: Data Primer diolah

Dari tabel 5.5, menunjukkan bahwa butir pertanyaan 1 sampai dengan 5 dikatakan valid karena memiliki korelasi (r) dengan nilai total masing-masing variabel $>0,5$. Karena seluruh item pemasaran secara IT memiliki nilai total $>0,5$, maka seluruh item pemasaran secara IT dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

a) Daya saing

Variabel daya saing dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.6
Hasil Uji Reliabilitas Daya Saing

Cronbach's Alpha if Item Deleted	N of Items
0.644	5

Sumber: Data Primer diolah

Pada tabel 5.6, menunjukkan bahwa ketika nilai *cronbach's alpha* >0,6 maka instrument pengukuran dikatakan reliabel, dan jika nilai *cronbach's alpha* >0,7 artinya memiliki reliabilitas yang cukup kuat. Pada item daya saing dapat dilihat bahwa item daya saing memiliki *alpha cronbach's* >0,6, maka item tersebut dikatakan reliabel.

b) Keunggulan Produk

Variabel keunggulan produk dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.7
Hasil Uji Reliabilitas Keunggulan Produk

Cronbach's Alpha if Item Deleted	N of Items
0.709	5

Sumber: Data Primer diolah

Pada tabel 5.7, menunjukkan bahwa ketika nilai *cronbach's alpha* >0,6 maka instrument pengukuran dikatakan reliabel, dan

jika nilai *cronbach's alpha* >0,7 artinya memiliki reliabilitas yang cukup kuat. Pada item keunggulan produk dapat dilihat item daya saing memiliki *alpha cronbach's*>60 maka item tersebut dikatakan reliabel.

c) Inovasi

Variabel inovasi dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.8
Hasil Uji Reliabilitas Inovasi

Cronbach's Alpha if Item Deleted	N of Items
0.648	5

Sumber: Data Primer diolah

Pada tabel 5.8, menunjukkan bahwa ketika nilai *cronbach's alpha* >0,6 maka instrument pengukuran dikatakan reliabel, dan jika nilai *cronbach's alpha* >0,7 artinya memiliki reliabilitas yang cukup kuat. Pada item inovasi dapat dilihat bahwa item inovasi memiliki *alpha cronbach's* >60 maka item tersebut dikatakan reliabel.

d) Sumber Daya Manusia

Variabel sumber daya manusia dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan

menggunakan 5 butir pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.9
Hasil Uji Reliabilitas Sumber Daya Manusia

Cronbach's Alpha if Item Deleted	N of items
0.658	5

Sumber: Data Primer diolah

Pada tabel 5.9, menunjukkan bahwa ketika nilai *cronbach's alpha* >0,6 maka instrument pengukuran dikatakan reliabel, dan jika nilai *cronbach's alpha* >0,7 artinya memiliki reliabilitas yang cukup kuat. Pada item Sumber Daya Manusia dapat dilihat bahwa item pemasaran secara IT memiliki *alpha cronbach's* >0,60 maka item tersebut dikatakan reliabel.

e) Pemasaran Secara TI

Variabel pemasaran secara TI dalam daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul diukur dengan menggunakan 5 butir pertanyaan merupakan indikator untuk mengukur daya saing Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5.

Tabel 5.10
Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran Secara IT

Cronbach's Alpha if Item Deleted	N of Items
0.806	5

Sumber: Data Primer diolah

Pada tabel 5.10, menunjukkan bahwa ketika nilai *cronbach's alpha* >0,6 maka instrument pengukuran dikatakan reliabel, dan jika nilai *cronbach's alpha* >0,7 artinya memiliki reliabilitas yang cukup kuat. Pada item pemasaran secara TI dapat dilihat bahwa item pemasaran secara TI memiliki *alpha cronbach's* >0,60 maka item tersebut dikatakan reliabel.

B. Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda harus mempunyai asumsi-asumsi yang diterapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias. Karena terdapat satu variabel terikat dan 4 variabel bebas, model regresi linier berganda diformulasikan sebagai berikut:

$$DS = a + b_1KP + b_2Inovasi + b_3SDM + b_4PSTI + e$$

Dimana:

- Y = Daya Saing UKM
- a = Konstanta
- KP = Keunggulan Produk
- Inovasi = Inovasi
- SDM = Sumber Daya Manusia
- PSTI = Pemasaran dengan Pemanfaatan Teknologi
- b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi
- e = *error term*

Tabel 5.11
Hasil Analisis regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
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

Dari tabel 5.11 tersebut, tercantum nilai konstanta dan nilai-nilai koefisien regresi linier berganda untuk masing-masing variabel bebas. Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat ditentukan model regresi linier berganda yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

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

Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- a) Makna Koefisien Regresi Linier Berganda sebesar 0,208

Hasil analisis regresi pada tabel diatas Keunggulan Produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,208 mempunyai arti apabila Keunggulan Produk naik sebesar 1 poin, maka Daya Saing akan naik sebesar 0,208 dengan asumsi variabel lainnya (Inovasi, Sumber Daya Manusia dan Pemasaran secara Teknologi Informasi) adalah Konstan.

- b) Makna Koefisien Regresi Linier Berganda sebesar 0,315

Hasil analisis regresi tabel diatas Inovasi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,315 mempunyai arti apabila Inovasi naik sebesar 1 poin, maka Daya Saing akan naik sebesar 0,315 dengan asumsi variabel lainnya (Keunggulan Produk, Sumber Daya Manusia dan Pemasaran secara Teknologi Informasi) adalah konstan.

- c) Makna Koefisien Regresi Linier Berganda sebesar 0,184

Hasil analisis regresi SDM memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,184 yang mempunyai arti apabila SDM naik sebesar 1 poin maka Daya Saing akan naik sebesar 0,184 dengan asumsi Variabel lainnya (Keunggulan Produk, Inovasi, dan Pemasaran secara Teknologi Informasi) adalah konstan.

- d) Makna Koefisien Regresi Linier Berganda sebesar 0,136

Hasil analisis regresi Pemasaran Secara TI memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,136 mempunyai arti apabila Pemasaran secara TI naik 1 poin maka Daya Saing naik sebesar 0,136 dengan asumsi Variabel lainnya (Keunggulan Produk, Inovasi dan Sumber Daya Manusia) adalah konstan.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang terjadi antar variabel independen. Pendeteksian terhadap multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai $VIF > 10$, maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi, dan sebaiknya jika nilai $VIF < 10$, maka model pengujian bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 5.12
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 5.12, 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.

b) 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.

Untuk mendeteksi adanya kesamaan *variance* dalam data penelitian, diuji dengan meregresikan logaritman dari nilai *absolute residual* dengan variabel independen. Jika nilai sig > 5% atau 0,05 maka variabel yang dipakai menunjukkan bahwa tidak terindikasi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan sebaliknya jika nilai sig yang dihasilnya < 0,05 maka *variance* data penelitian terindikasi gejala heteroskedastisitas.

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

Tabel 5.13
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 5.13 diatas 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

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah pengujian yang dilakukan berdistribusi normal, dapat dilihat dari output hasil normalitas.

Tabel 5.14
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 5.14 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

a) Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Berdasarkan pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda maka dapat dilihat pada tabel 5.16 dibawah ini.

Tabel 5.15
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.

b) Uji t

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda maka didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 5.16
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 5.16 hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis Keunggulan Produk (H_1)

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 (H_1) yang menyatakan Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing dinyatakan **Diterima**.

2) Pengujian Hipotesis Inovasi (H_2)

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 (H_2) 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**.

c) 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 5.17
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 5.17 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.

E. Pembahasan

Penelitian ini menguji apakah keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia dan pemasaran secara IT berpengaruh terhadap daya saing UKM di Kabupaten Bantul. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian, hasilnya menunjukkan bahwa keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia dan pemasaran IT berpengaruh positif terhadap daya saing UKM di Kabupaten Bantul.

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.

Menurut Kotler dan Keller (2009) keunggulan produk merupakan cara perusahaan untung 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.

Didukung pula dengan 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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

Nilai koefisien pemasaran secara IT memiliki regresi sebesar 0,136 dengan signikan 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.

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 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.