

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik UKM yang bergerak dibidang industri di Bantul, Yogyakarta. Dari 150 kuesioner yang dibagikan kepada masing-masing UKM, kembali 137 dan ada 102 kuesioner dianggap layak uji karena kuesioner diisi secara lengkap dan benar. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada bulan Januari hingga Maret. Data deskriptif dari responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, posisi di perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan perusahaan, tempat aktivitas bisnis, jumlah karyawan, omzet bisnis dan jenis TI yang digunakan ditampilkan dalam Tabel 5.1.

Diketahui bahwa Usia responden ≤ 30 tahun sebanyak 13.7%, 31 – 40 tahun 31.4%, 41 – 50 tahun 48% dan ≥ 51 tahun 6.9%. Posisi responden di perusahaan sebagai pemilik sebanyak 65.7%, pemilik sekaligus manajer 20.6% dan sebagai manajer 13.7%. Kepemilikan perusahaan milik responden sendiri sebanyak 48%, milik keluarga 36.3% dan bersama rekan 15.7%. Tempat aktivitas bisnis di rumah sebanyak 37.3% dan di lokasi bisnis sendiri 62.7%. Jenis TI yang digunakan telepon dan faksimili sebanyak 32.3%, komputer 41.2%, komputer dan intranet 26.5%. responden pria sebanyak 68.6% dan responden wanita 31.4% (Tabel 5.1).

Tabel 5.1
Profil Responden

Demografi	Keterangan	Jumlah	Prosentase
Usia	≤ 30 tahun	14	13.7
	31 – 40 tahun	32	31.4
	41 – 50 tahun	49	48.0
	> 51 tahun	7	6.9
Posisi di perusahaan	Pemilik	67	65.7
	Pemilik – manajer	21	20.6
	Manajer	14	13.7
Kepemilikan Tempat	Milik sendiri	49	48.0
	Milik keluarga	37	36.3
	Bersama rekan	16	15.7
Tempat aktivitas bisnis	Di rumah	38	37.3
	Lokasi bisnis sendiri	64	62.7
Jumlah karyawan	6 – 10 orang	27	26.5
	11 – 15 orang	36	35.3
	> 15 orang	39	38.2
Jenis TI yang digunakan	Telepon dan faksimili	33	32.3
	Komputer	42	41.2
	Komputer dan intranet	27	26.5
Jenis kelamin	Pria	70	68.6
	Wanita	32	31.4

Sumber: Identitas Responden 2016

B. Uji Kualitas Instrumen dan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan dan kecermatan suatu kuesioner dalam melakukan fungsi ukurannya. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai *Sig* (*2-tailed*) < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan

instrumen kuesioner valid sehingga dapat digunakan untuk analisis data selanjutnya. Tabel hasil uji validitas secara rinci dapat dilihat pada lampiran penelitian.

TABEL 5.2
Hasil Uji Validitas Modal Usaha

Variabel	Item Pertanyaan	R	Sig	Keterangan
Modal Usaha	X1-1	0,271	0,006	Valid
Modal Usaha	X1-2	0,486	0,000	Valid
Modal Usaha	X1-3	0,388	0,000	Valid
Modal Usaha	X1-4	0,500	0,000	Valid
Modal Usaha	X1-5	0,647	0,000	Valid
Modal Usaha	X1-6	0,743	0,000	Valid
Modal Usaha	X1-7	0,745	0,000	Valid
Modal Usaha	X1-8	0,493	0,000	Valid

Sumber: Lampiran data diolah 2016

Berdasarkan table 5.2 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan modal usaha dinyatakan valid, dengan nilai koefisien korelasi person positif dan signifikan $< 0,05$. Artinya semua butir pertanyaan variable modal usaha dapat diterima untuk kemudian diolah ke regresi linier berganda.

TABEL 5.3
Hasil Uji Validitas Karakteristik Wirausaha

Variabel	Item Pertanyaan	R	Sig	Keterangan
Karakteristik Wirausaha	X1-1	0,363	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-2	0,608	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-3	0,433	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-4	0,605	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-5	0,519	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-6	0,571	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-7	0,370	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-8	0,400	0,000	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-9	0,337	0,001	Valid
Karakteristik Wirausaha	X1-10	0,546	0,000	Valid

Sumber: Lampiran data diolah 2016

Berdasarkan table 5.3 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan karakteristik wirausaha dinyatakan valid, dengan nilai koefisien korelasi person positif dan signifikan $< 0,05$. Artinya semua butir pertanyaan variable karakteristik wirausaha dapat diterima untuk kemudian dapat diolah.

TABEL 5.4
Hasil Uji Validitas Teknologi Informasi

Variabel	Item Pertanyaan	R	Sig	Keterangan
Teknologi Informasi	X1-1	0,412	0,006	Valid
Teknologi Informasi	X1-2	0,648	0,000	Valid
Teknologi Informasi	X1-3	0,683	0,000	Valid
Teknologi Informasi	X1-4	0,530	0,000	Valid
Teknologi Informasi	X1-5	0,592	0,000	Valid
Teknologi Informasi	X1-6	0,299	0,002	Valid
Teknologi Informasi	X1-7	0,541	0,000	Valid
Teknologi Informasi	X1-8	0,661	0,000	Valid

Sumber: Lampiran data diolah 2016

Berdasarkan table 5.4 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan teknologi informasi dinyatakan valid, dengan nilai koefisien korelasi person positif dan signifikan $< 0,05$. Artinya semua butir item pertanyaan variable teknologi informasi dapat diterima untuk kemudian dapat diolah.

Tabel 5.5
Hasil Uji Validitas Kinerja UKM

Variabel	Item Pertanyaan	R	Sig	Keterangan
Kinerja UKM	X1-1	0,484	0,000	Valid
Kinerja UKM	X1-2	0,346	0,006	Valid
Kinerja UKM	X1-3	0,432	0,000	Valid
Kinerja UKM	X1-4	0,442	0,000	Valid
Kinerja UKM	X1-5	0,608	0,000	Valid
Kinerja UKM	X1-6	0,604	0,002	Valid
Kinerja UKM	X1-7	0,604	0,000	Valid
Kinerja UKM	X1-8	0,652	0,000	Valid

Sumber: Lampiran data diolah 2016

Berdasarkan table 5.5 menunjukkan bahwa semua item pertanyaan kinerja UKM dinyatakan valid, dengan nilai koefisien korelasi person positif dan signifikan $< 0,05$. Artinya semua butir item pertanyaan variable kinerja UKM dapat diterima untuk kemudian dapat diolah.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat keabsahan suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan *reliable* (handal) apabila jawaban yang diberikan responden konsisten dari waktu ke waktu. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel melebihi nilai yang telah disyaratkan yaitu $> 0,6$ maka dapat dikatakan

bahwa semua variabel reliabel. Tabel hasil uji reliabilitas secara rinci dapat dilihat pada lampiran penelitian.

Tabel 5.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Modal Usaha	0,611	Reliabel
Karakteristik Wirausaha	0,624	Reliabel
Teknologi Informasi	0,675	Reliabel
Kinerja UKM	0,623	Reliabel

Sumber: Lampiran data diolah 2016

Berdasarkan penjelasan table 5.6 di atas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan dari variabel modal usaha, karakteristik wirausaha, teknologi informasi dan kinerja UKM dinyatakan reliabel. Dengan *Cronbach's Alpha* > 0,06 artinya stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan konsisten.

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dengan cara mendeskripsikannya atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Data yang diperoleh kemudian digunakan dalam melakukan analisis deskriptif untuk mengetahui nilai, minimum, maksimum, mean serta standar deviasi seperti pada Tabel 5.7.

Tabel 5.7
Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KINERJA	102	28	38	34.53	2.224
MODAL_USAHA	102	30	40	34.11	2.312
KARAKTERISTIK_W	102	34	49	43.44	2.774
TEKNOLOGI_INFORMASI	102	28	40	34.87	2.687
Valid N (listwise)	102				

Sumber: Lampiran data diolah 2016

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji *One-Sample Kolmogorof-Smirnov (KS)*. Hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 5.8 berikut:

Tabel 5.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters(a,b)	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.53989214
Most Extreme Differences	Absolute	0.060
	Positive	0.060
	Negative	-0.055
Kolmogorov-Smirnov Z		0.602
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.862

Sumber: Data primer diolah 2016

Berdasarkan Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-Tailed)* adalah sebesar 0,862 yang berarti lebih besar dari alpha (0,05), maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model penelitian yang baik dalam suatu penelitian adalah model homoskedastis atau tidak terjadi heteroskedastisitas, yaitu *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain adalah tetap. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Spearman. Hasil uji heteroskedastisitas model regresi disajikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 5.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

		MU	KW	TI	Unstandardized Residual
MU	Correlation Coefficient	1.000	0.455(**)	0.142	-0.007
	Sig. (2-tailed)	.	0.000	0.156	0.947
	N	102	102	0102	102
KW	Correlation Coefficient	0.455(**)	1.000	0.495(**)	0.020
	Sig. (2-tailed)	0.000	.	0.000	0.838
	N	102	102	102	102
TI	Correlation Coefficient	0.142	0.495(**)	1.000	0.030
	Sig. (2-tailed)	0.156	.000	.	0.765
	N	102	102	102	102
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-0.007	0.020	0.030	1.000
	Sig. (2-tailed)	0.947	0.838	0.765	.
	N	102	102	102	102

Sumber : Data primer diolah pada 2015

Berdasarkan Tabel 5.9. menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat, hal ini terlihat dari nilai *Sig. (2-tailed)* > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai

VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas regresi model penelitian disajikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 5.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
<i>Modal Usaha</i>	0.825	1.212	Non Multikollinearitas
Karakteristik Wirausaha	0.599	1.669	Non Multikollinearitas
Teknologi Informasi	0.704	1.419	Non Multikollinearitas

Sumber : Data primer diolah pada 2016

Berdasarkan Tabel 5.10. menunjukkan bahwa variabel modal usaha, karakteristik wirausaha, teknologi informasi, terhadap kinerja UKM memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,1 maka tidak mengandung multikolinieritas.

D. Hasil Analisis Regresi

1. Uji Persamaan Regresi

Pengujian hipotesis tahap pertama menggunakan analisis regresi. Hasil perhitungan regresi berganda disajikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 5.11
Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.601	3.036		1.186	0.238
MU_TOT	0.333	0.074	0.346	4.494	0.000
KW_TOT	0.188	0.072	0.235	2.597	0.011
TI_TOT	0.327	0.069	0.395	4.740	0.000

Sumber: data diolah 2016

Hasil perhitungan pada Tabel 5.12. diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Kinerja = 3.601 + 0,333 MU + 0,188 KW + 0,327 TI + \epsilon}$$

- a. Constan = 3.601 (positif), artinya jika modal usaha, karakteristik wirausaha da teknologi informasi tetap/konstan, maka kinerja sebesar 3.601.
- b. Koefisien $\beta_1 = 0,333$ (positif), artinya jika modal usaha naik 1 satuan maka akan diikuti kenaikan kinerja sebesar 0,333.
- c. Koefisien $\beta_2 = 0,188$ (positif), artinya jika karakteristik wirausaha naik 1 satuan maka akan diikuti kenaikan kinerja sebesar 0,188.
- d. Koefisien $\beta_3 = 0,327$ (positif), artinya jika teknologi informasi naik 1 satuan maka akan diikuti kenaikan kinerja sebesar 0,327.

2. Koefisien Determinasi (R² Square)

Analisis koefisien determinasi (*Adjusted R²*) bertujuan untuk mengetahui presentase pengaruh variable independen yakni modal usaha, karakteristik

wirausaha dan teknologi informasi terhadap variable kinerja UKM di Kabupaten Bantul.

Tabel 5.12
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.721(a)	0.520	0.506	1.563

Sumber: data diolah 2016

Nilai R² square sebesar 0,520 atau 52%, hal ini menunjukkan bahwa 52% kinerja UKM di Kabupaten Bantul dapat dijelaskan oleh variabel modal usaha, karakteristik wirausaha dan teknologi informasi sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

3. Uji F

Pengujian terhadap pengaruh semua variabel independen di dalam model dapat dilakukan dengan uji simultan (uji F). Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesa : H₀ : $\beta_1 = \beta_2 = 0$

 H_a : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$

Dari regresi pengaruh modal usaha (X1), karakteristik wirausaha (X2), teknologi informasi (X3) terhadap kinerja UKM (Y) di Kabupaten Bantul, maka di peroleh F-Tabel sebesar 2,70 (α :5% dan df : 102-4=98)

sedangkan F-statistik / F-hitung sebesar 35,451. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen ($F\text{-hitung} > F\text{-Tabel}$).

Tabel 5.13
Ringkasan Hasil Hitungan Regresi

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	259.914	3	86.638	35.451	.000(a)
Residual	239.498	98	2.444		
Total	499.412	101			

Sumber: data diolah 2016

Berdasarkan hasil uji nilai F yang ditunjukkan pada Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai *p value* sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel modal usaha, karakteristik wirausaha dan teknologi informasi dengan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM Kabupaten Bantul.

4. Uji T

Uji t merupakan pengujian terhadap koefisien dari variabel secara parsial. Uji ini dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi dari variabel bebas secara individu dalam mempengaruhi variasi dari variabel terikat. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel terikat dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel bebas secara nyata. Dimana jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$ H_i diterima (signifikan) dan jika $t_{hitung} < t_{Tabel}$ H_0 ditolak (tidak signifikan). Uji t digunakan untuk membuat keputusan apakah

hipotesis terbukti atau tidak, dimana tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5%.

Rumus Mencari nilai t table adalah sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} = \alpha : 2; \text{ jumlah responden} - \text{ variabel independen} - 1$$

Berdasarkan rumus di atas maka perhitungan nilai t Tabel adalah:

$$t \text{ tabel} = 0,05 : 2; 102 - 4$$

$$t \text{ tabel} = 0,025 ; 98$$

$$t \text{ tabel} = 1,987$$

Jika nilai t hitung > t Tabel maka hipotesis diterima.

Jika nilai t hitung < t Tabel maka hipotesis ditolak.

Tabel 5.14
Uji Nilai T

Variabel	Unstandardized Coefficients	T	Sig.	Keterangan
	Std. Error			
Konstanta	3.601	1.186	0.238	
Modal Usaha	0.333	4.494	0.000	Signifikan
Karakteristik Wirausaha	0.188	2.597	0.011	Signifikan
Teknologi Informasi	0.327	4.740	0.000	Signifikan

Sumber: data diolah tahun 2016

Berdasarkan hasil uji nilai t pada Tabel tersebut maka dapat disimpulkan bahwa:

❖ **Pengujian Hipotesis Pertama (H₁)**

Variabel Modal Usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja UKM. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai sig yang dimiliki variabel Modal Usaha sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$, nilai t hitung sebesar $4,494 >$ nilai t Tabel (1,987) serta memiliki nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,333 maka hipotesis pertama terbukti, artinya Modal Usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Bantul.

❖ **Pengujian Hipotesis Kedua (H₂)**

Variabel Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Hal ini dilihat dari nilai sig atas variabel karakteristik wirausaha sebesar $0,011 < \alpha (0,05)$, nilai t hitung sebesar $2,597 >$ nilai t Tabel (1,987) serta memiliki nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,188 maka hipotesis kedua terbukti, artinya karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di Kabupaten Bantul.

❖ **Pengujian Hipotesis Ketiga (H₃)**

Variabel pemahaman teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Hal tersebut dilihat dari variabel pemahaman teknologi informasi yang memiliki nilai sig $0,000 < \alpha (0,05)$, nilai t hitung sebesar $4,740 >$ nilai t Tabel (1,987) serta memiliki nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,327 maka hipotesis ketiga terbukti,

artinya teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di Kabupaten Bantul.

E. Hasil Analisis SWOT

1. Analisis SWOT

Untuk menentukan strategi pengembangan UKM di Kabupaten Bantul secara tepat, maka atas dasar hasil survei dapat diketahui berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku UKM. Berbagai masalah tersebut dapat diklasifikasikan dalam dua aspek, yaitu aspek internal yang dihadapi dalam UKM, dan aspek eksternal yang berasal dari luar UKM. Deskripsi ringkas hasil survei tentang kedua aspek tersebut dipaparkan pada Tabel 5.16. Temuan ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Sri Susilo dan Sutarta (2004), Sri Susilo (2007) dan Sri Susilo et al., (2008) mengenai masalah UKM Provinsi D.I Yogyakarta.

Tabel 5.15
Masalah Internal dan Eksternal Kabupaten Bantul

No.	Aspek Internal	Aspek Eksternal
1.	Kurangny kemampuan dalam melakukan inovasi produk	Ancaman produk-produk sejenis yang berasal dari impor, di kondisi pasar bebas
2.	Keterbatasan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pada waktu yang singkat (kasus-kasus tertentu)	Kondisi ekonomi yang kurang stabil sehingga sangat mempengaruhi harga bahan baku dan harga produk
3.	Terbatasnya ketersediaan sumber dana untuk pengembangan usaha	Kondisi perbankan dengan tingkat bunga tinggi dan proses kredit yang sulit
4.	Keterbatasan teknologi proses produksi sehingga kualitas produk belum mampu memenuhi permintaan pasar	Mahalnya harga mesin industry siap pakai maupun bekas.
5.	Kualitas SDM yang belum memiliki skill/keterampilan yang diperlukan sehingga kualitas produk belum optimal	Kurangny kontribusi pihak eksternal, seperti asosiasi, investor, dan pihak swasta lainnya dalam mendukung pengembangan UKM
6.	Kelemahan dalam membeli bahan baku, khususnya untuk memenuhi pembeli skala besar (<i>big buyer</i>)	Kebijakan pemerintah yang kurang kondusif, khususnya dalam perpajakan
7.	Tingkat harga produk yang relatif tinggi sebagai akibat biaya produksi yang mahal	Infrastruktur yang buruk sehingga menambah biaya distribusi

Sumber : Data primer diolah pada 2016

Berdasarkan masalah yang ditemukan dari hasil survei, yaitu aspek internal yang dihadapi dalam UKM, dan aspek eksternal yang berasal dari luar UKM, maka dilakukan analisis berdasarkan pendekatan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) sehingga akan ditemukan kebijakan yang perlu dilakukan oleh pemerintah serta strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh UKM.

Untuk perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) idealnya memang membutuhkan peran (campur tangan) pemerintah dalam peningkatan kemampuan bersaing. Namun yang perlu diperhatikan adalah bahwa kemampuan di sini bukan dalam arti kemampuan untuk bersaing dengan usaha (industri) besar, lebih pada kemampuan untuk memprediksi lingkungan usaha dan kemampuan untuk mengantisipasi kondisi lingkungan tersebut.

Peran pemerintah ini juga bukan pada pemberian modal, tetapi lebih pada membina kemampuan UKM dan membuat suatu kondisi yang mendorong kemampuan UKM dalam mengakses modal. Atau dengan kata lain, pemerintah harus membina kemampuan UKM dalam menghitung modal optimum yang diperlukan, kemampuan menyusun suatu proposal pendanaan ke lembaga-lembaga pemberi modal, serta mengeluarkan kebijakan atau peraturan yang lebih memihak UKM dalam pemberian kredit.

Tabel 5.16
Rumusan Strategi Pengembangan Berdasarkan Analisis SWOT

SW OT	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk UKM bersifat khas dan unik 2. Ketersediaan bahan baku lokal 3. Ketersediaan tenaga kerja yang memadai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain produk yang relative Sederahana 2. Mesin dan peralatan produksi yang relatif tua 3. Kurangnya kontribusi pihak Eksternal
Peluang (O)	Strategi S – O	Strategi W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terbukanya peluang pasar ekspor dan domestic 2. Peningkatan permintaan produk yang variatif dan berorientasi kualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferensiasi dan pengembangan produk yang beorientasi kualitas (S1-O2) 2. Segmentasi pasar, khususnya pada pasar domestik (S2-O1) 3. Pengembangan produksi berbasis sumber daya lokal (S3-O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan desain produk yang lebih variatif (W1-O2) 2. Pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern (W2-O2)
Ancaman (T)	Strategi S – T	Strategi W - T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ancaman liberalisasi perdagangan, khususnya produk dari China 2. Lingkungan makro, perbankan dan infrastruktur yang tidak kondusif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal (S1-T1) 2. Kebijakan kredit dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana (S2-T2) 3. Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun non fisik (S3-T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan promosi ke pasar ekspor dengan media yang lebih modern (W1-T1) 2. Peningkatan peran lembaga eksternal, asosiasi pengusaha besar dalam pengembangan UKM (W3-T2)

Sumber: data diolah 2016

Berikut ini dipaparkan hasil analisis SWOT dan arah kebijakan pengembangan dan strategi pengembangan yang perlu dilakukan oleh pelaku UKM di Kabupaten Bantul.

2. Pengembangan Berdasarkan Analisis SWOT.

Untuk menemukan rancangan strategi pengembangan UKM, maka dapat dilihat dari hasil analisis SWOT seperti yang dipaparkan pada Tabel 5.17. Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, maka strategi pengembangan UKM meliputi:

- a) Diferensiasi dan pengembangan produk yang beorientasi kualitas
- b) Segmentasi pasar, khususnya pada pasar domestik
- c) Pengembangan produksi berbasis sumber daya lokal
- d) Pengembangan desain produk yang lebih variatif
- e) Pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern
- f) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal
- g) Kebijakan kredit dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana
- h) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik
- i) Pengembangan promosi ke pasar ekspor dengan media yang lebih modern
- j) Peningkatan peran lembaga eksternal, asosiasi pengusaha besar dalam pengembangan UKM

3. Pengembangan Usaha UKM.

Rincian Strategi Pengembangan UKM dalam menangani setiap proyek ataupun objek pengembangan industri baik yang bersifat pemecahan masalah (*problem solving*) maupun yang bersifat pengembangan ke depan (*development oriented*), strategi pengembangan yang ditempuh didasarkan pada pola pendekatan logis dan komprehensif melalui dua langkah simultan yang saling sinergik, yaitu:

- a) Memperkuat daya tarik faktor-faktor penyusun pada sisi permintaan terhadap produk-produk industri (*Demand Pull Strategy*) melalui berbagai bentuk upaya yang sesuai dengan keadaan dan kebutuhannya, dan
- b) Memperkuat daya dukung faktor-faktor pendorong pada sisi kemampuan daya pasok (*Supply Push Strategy*) untuk memperlancar kegiatan produksi untuk bisa bersaing, sesuai dengan kondisi dan kebutuhannya.

Pengembangan melalui dua pendekatan tersebut dalam segi penguatan faktor-faktor pendorong bagi semua sektor atau kelompok industri, dapat diperkuat oleh pengembangan yang didapatkan dari hasil analisis SWOT. Meskipun pendekatan pengembangan seperti di atas dapat diterapkan di semua skala satuan obyek pembinaan dari level sektor ataupun kelompok/cabang industri di tingkat nasional/daerah secara makro, sampai tingkat sentra industri dan unit usaha secara mikro, namun atas pertimbangan efisiensi sebagai akibat dari terbatasnya sumber daya pembangunan dibandingkan dengan luasnya obyek binaan, maka ditempuh penetapan prioritas pembinaan UKM atau fokus pengembangan.

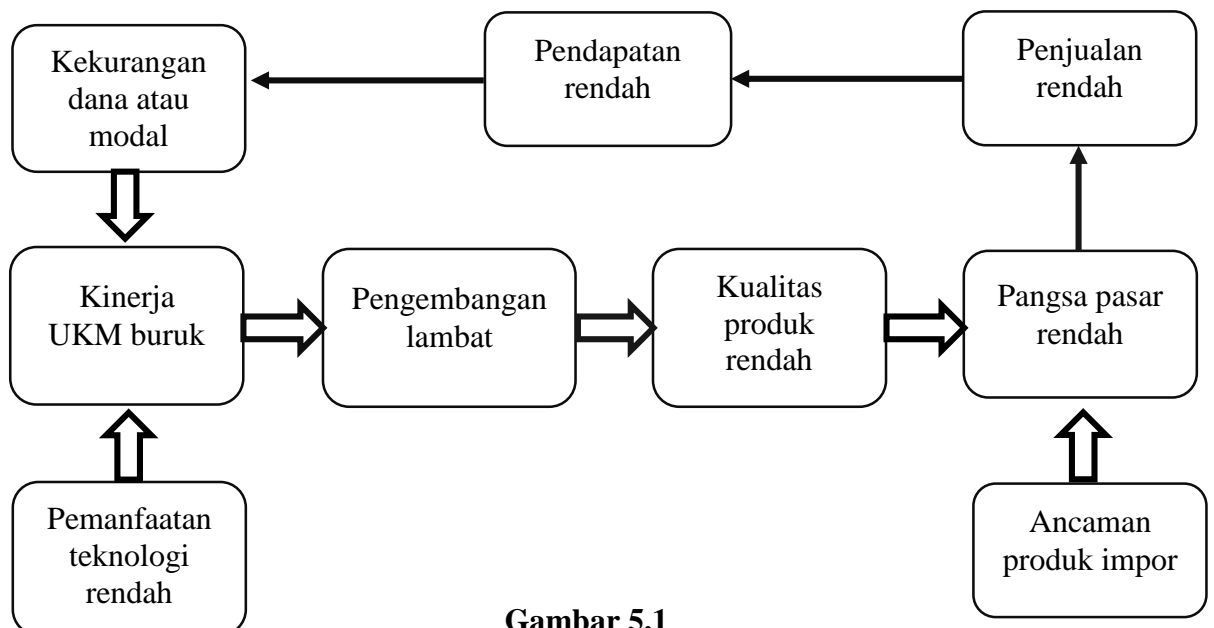
Penerapan strategi pengembangan untuk setiap jenis industri-industri yang diprioritaskan itupun, maksimal hanya akan mampu menjangkau sekecil tingkat sentra industri kecil. Pendekatan sentra UKM ditempuh sehubungan dengan kecenderungan era persaingan yang semakin menuntut bergesernya pola persaingan individual ke arah pola persaingan secara kolektif (*collective competitiveness*) menuju daya saing nasional dan global. Sebelum suatu obyek (misalnya sentra atau calon sentra industri kecil) ditetapkan untuk dijadikan proyek pengembangan, perlu terlebih dahulu dinilai bahwa obyek tersebut *layak dikembangkan* untuk dijadikan proyek ataupun sasaran kegiatan. Kriteria kelayakannya utamanya didasarkan kepada pertimbangan-pertimbangan:

- a) Kegiatan produksinya berakar dari terdapatnya SDA dan talenta masyarakat setempat misalnya aset budaya, kerajinan atau seni tradisional
- b) Melibatkan tenaga kerja yang banyak khususnya pada penduduk setempat
- c) Menghasilkan nilai tambah agregat yang besar
- d) Dapat memicu pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor terkait, khususnya di daerah yang bersangkutan
- e) Mempunyai prospek pasar yang potensial dan berkelanjutan, apalagi pasar ekspor
- f) Komponen-komponen kegiatan industri di dalamnya mempunyai prospek kelayakan finansial yang menjanjikan, sehingga hasil kegiatan pembinaan akan dapat mewujudkan kegiatan usaha industri kecil menengah yang secara komersial dapat berjalan dan tumbuh berkembang secara mandiri

dan sehat (tanpa membebani pemerintah dengan subsidi maupun biaya pembinaan terus menerus).

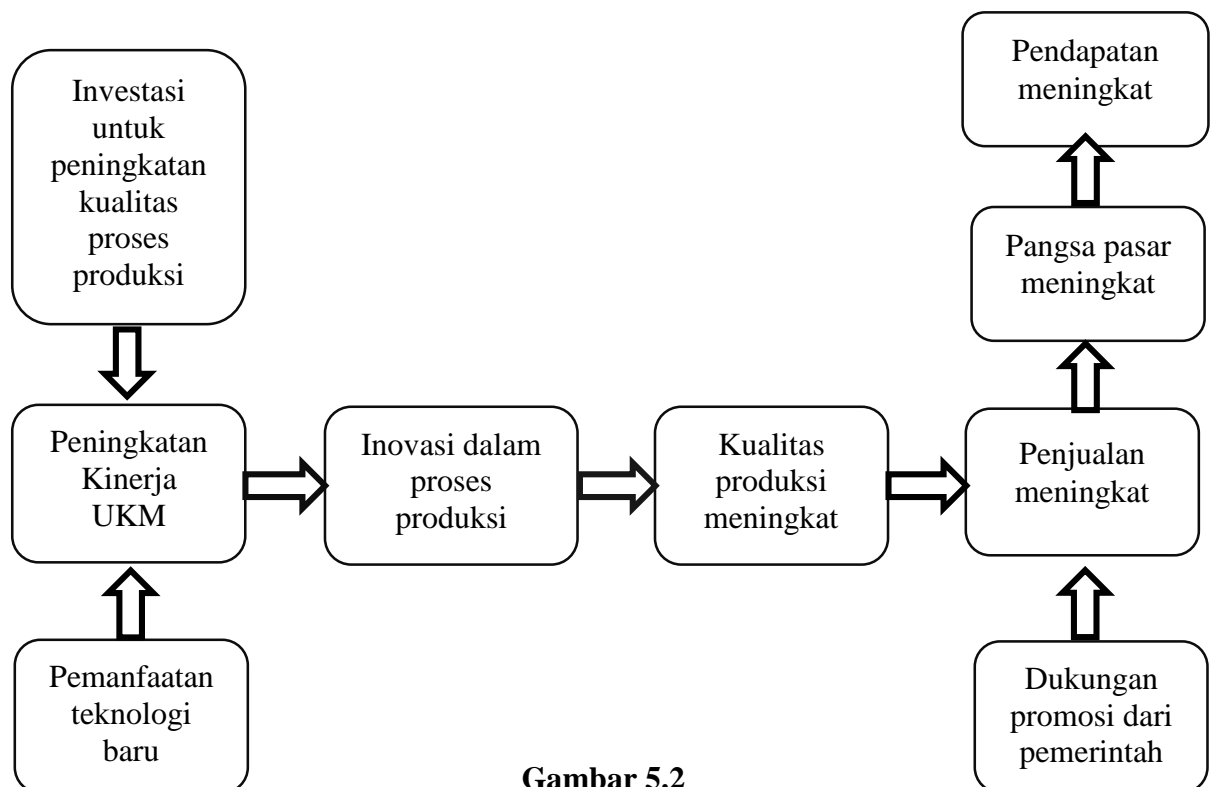
Berdasarkan uraian secara garis besar kebijakan dan strategi pengembangan tersebut, baik dari aspek internal maupun eksternal, maka dapat diklasifikasikan ke dalam masing-masing aspek mikro yang dihadapi oleh UKM. Aspek-aspek tersebut meliputi aspek pemasaran, ketersediaan modal, inovasi, bahan baku, peralatan produksi, tenaga kerja, pengembangan usaha dan kesiapan menghadapi lingkungan eksternal.

Selanjutnya berdasarkan masalah yang ditemukan dari hasil survei dan telah disajikan di muka, maka dapat digambarkan rangkuman secara garis besar keterkaitan masalah yang dihadapi oleh UKM di Kabupaten Bantul, yang secara singkat dijelaskan pada Gambar 5.1.



Gambar 5.1
Deskripsi Kondisi Umum UKM berdasarkan Survei

Untuk mengatasi siklus masalah yang dihadapi oleh UKM maka harus dilakukan pemutusan siklus tersebut. Untuk UKM di Kabupaten Bantul yang sebagian besar bergerak pada bidang industri pengolahan, untuk menciptakan produk baru, maka kunci strategi untuk mengatasi siklus masalah tersebut adalah dengan memulai melakukan inovasi produk. Strategi ini bertujuan untuk, *Pertama*, meningkatkan kualitas produk sehingga akan menciptakan pasar baru. *Kedua*, untuk menurunkan biaya produksi sehingga akan menurunkan harga jual produk. Kedua tujuan tersebut akan berimplikasi pada peningkatan daya saing produk yang berujung pada peningkatan penjualan dan pangsa pasar sehingga pendapatan akan meningkat. Secara singkat mekanisme tersebut dipaparkan pada Gambar 5.2.



Gambar 5.2
Strategi Secara Umum pengembangan UKM

Dari keterangan permasalahan yang didapat dan hasil dari analisis SWOT diatas diketahui bahwa ada poin-poin penting yang digunakan untuk memperkuat dua pendekatan pengembangan yang diketahui dari masalah di lapangan dan dari hasil analisis SWOT, yaitu:

a. *Demand Pull Strategy*

Demand Pull Strategy memperkuat daya tarik faktor-faktor penyusun pada sisi permintaan terhadap produk-produk industri melalui berbagai bentuk upaya yang sesuai dengan keadaan dan kebutuhannya, pada strategi pengembangan ini ada beberapa faktor yang diperoleh dari analisis SWOT:

1) Diferensiasi dan pengembangan produk yang beorientasi kualitas

Diferensiasi dan pengembangan produk yang beorientasi kualitas dalam *demand pull strategy* adalah membedakan atau membuat inovasi yang lebih memikat konsumen atas produk yang mereka buat agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan, memberikan suatu produk yang inovatif namun mempunyai kualitas yang baik agar bisa bersaing dengan produk yang lain. Perbedaan produk yang di produksi diharapkan mampu membuka peluang pasar yang lebih luas dan memberikan pendapatan yang besar untuk kedepannya produsen mampu mengembangkan usahanya.

2) Segmentasi pasar, khususnya pada pasar domestik

Segmentasi pasar, khususnya pada pasar domestik dalam *demand pull strategy* adalah pengusaha harus mempunyai tujuan atau

mengincar segmen pasar luar negeri, karena pangsa pasar di luar negeri mempunyai nilai harga jual yang cukup tinggi untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Dukungan produk yang bersifat khas dan unik mempunyai daya tarik tersendiri di luar negeri. Ini adalah salah satu kekuatan untuk bisa bersaing di luar untuk meningkatkan perkembangan usaha yang di jalankan.

3) Pengembangan produksi berbasis sumber daya lokal

Pengembangan produksi berbasis sumber daya lokal dalam *demand pull strategy* adalah memperkuat daya saing dengan asing dengan mengandalkan kekayaan sumberdaya lokal untuk dapat bersaing dengan pengusaha lain bahkan di luar negeri. Sumber daya lokal yang melimpah di negeri sendiri dapat memberikan keuntungan tersendiri bagi pengusaha lokal untuk bisa bersaing guna memajukan dan mengembangkan usahanya.

4) Pengembangan desain produk yang lebih variatif

Pengembangan desain produk yang lebih variatif dalam *demand pull strategy* adalah produk yang baik atau yang bernilai adalah produk yang mempunyai cirikhas tersendiri. Namun inovasi untuk melakukan variatif baru juga sangat penting untuk menjadikan suatu produk yang lebih menarik dan tidak monoton. Jika pengembangan yang inovatif terus di kembangkan tidak menutup kemungkinan produk yang di jual akan lebih menarik konsumen dan laku dipasaran,

hal ini menciptakan suatu peluang baru dan membuka pangsa pasar yang baru.

5) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal

Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal dalam *demand pull strategy* adalah penciptaan atau membuat suatu produk yang dapat bersaing tinggi dan mempunyai suatu ciri tertentu yang ketika seseorang melihat produk tersebut langsung mengetahui bahwasannya produk tersebut milik suatu pengusaha, dalam contoh seperti grabah kasongan yang memiliki produksi kramik yang khas kejawen. Ini merupakan salah satu daya tarik untuk menarik konsumen.

b. *Supply Push Strategy*

Supply Push Strategy memperkuat daya dukung faktor-faktor pendorong pada sisi kemampuan daya pasok untuk memperlancar kegiatan produksi untuk mempunyai daya saing, sesuai dengan kondisi dan kebutuhannya.

1) Pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern

Pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern dalam *Supply Push Strategy* adalah memperbaiki mesin atau mengganti unit mesin agar lebih memudahkan dalam proses produksi. Ketika mesin yang digunakan

mendukung maka produsen mampu memenuhi pesanan konsumen. Untuk meminimalisir terjadinya pembatalan pembelian produk akibat produsen tidak mampu memenuhi permintaan pasar akan produk hasil produksinya. Peningkatan peralatan yang lebih modern mampu memangkas biaya produksi tanpa mengurangi jumlah produksi dan mampu mempercepat proses pengerjaan agar nantinya konsumen puas dengan hasil yang diberikan karna ketepatan proses produksi.

2) Kebijakan kredit dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana

Maksud dari kebijakan kredit dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana dalam *Supply Push Strategy* adalah dukungan untuk mempermudah mendapatkan pinjaman kredit dengan bunga yang rendah dan proses yang lebih sederhana, pasalnya rata-rata pinjaman perkreditan menetapkan batas tempo tertentu namun tidak peduli dengan naik turunnya hasil pendapatan usaha yang dijalani. Peminjaman yang sulit juga menjadi kendala untuk para pengusaha meminjam modal usahannya. Maka dari itu proses dan bunga yang relatif rendah akan menjadikan sebuah dukungan para pengusaha untuk bisa berkembang dan bersaing.

3) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik

Maksud dari peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik termasuk dalam *Supply Push Strategy* yaitu karena meningkatkan infrastruktur daerah dalam hal ini seperti perbaikan

akses jalan dan transportasi, perbaikan telekomunikasi atau jaringan internet dan pasokan tenaga listrik berguna dalam proses produksi. Tingginya perpajakan yang tidak sesuai dengan pembangunan infrastrukturnya menjadikan lambatnya suatu usaha untuk dapat berkembang. perbaikan perbaikan ini dapat membantu meningkatkan penjualan dan memangkas biaya pengiriman dan mempercepat proses pengerjaan suatu barang yang di produksi agar bisa memenuhi target penjualan.

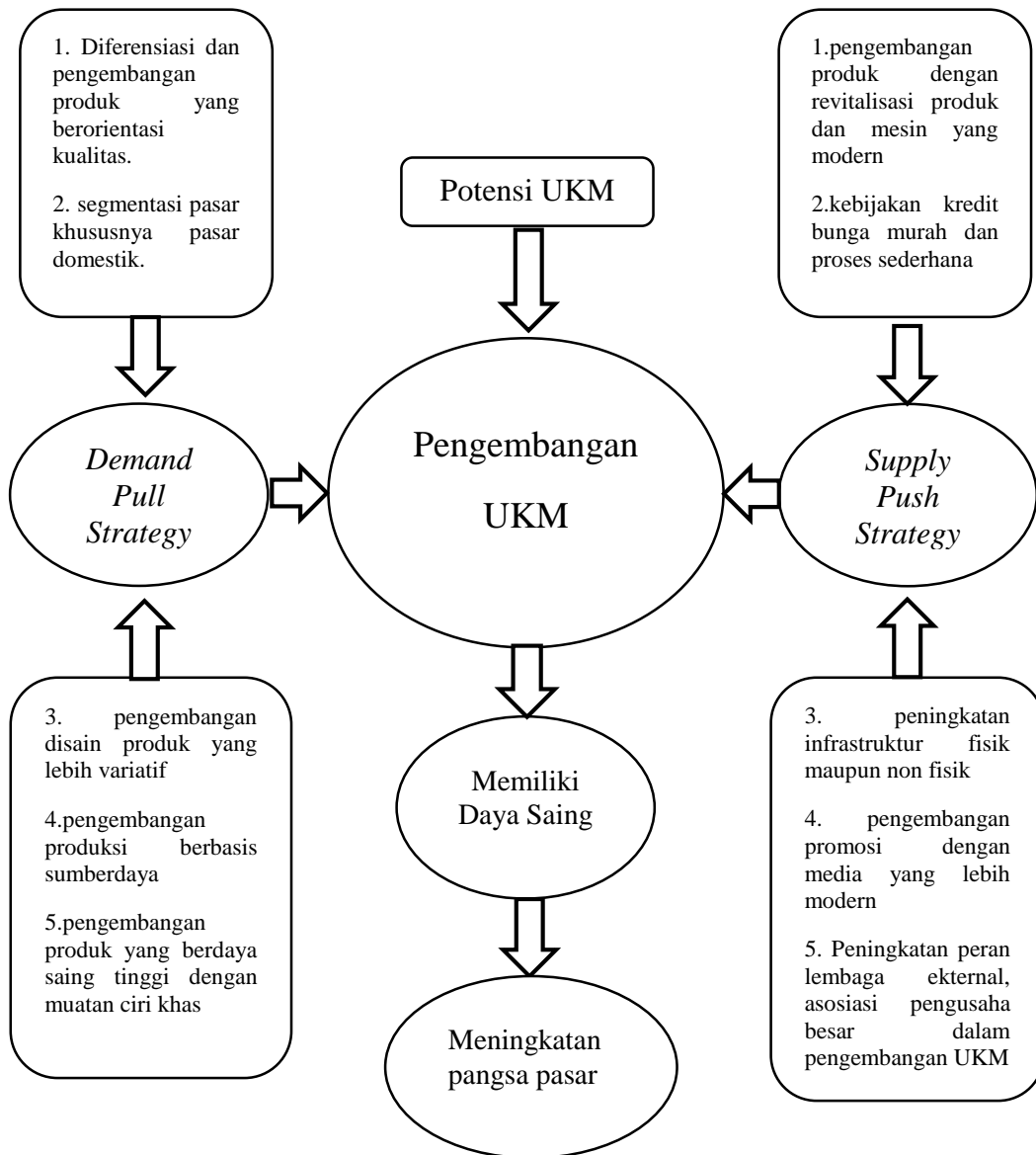
4) Pengembangan promosi ke pasar ekspor dengan media yang lebih modern

Pengembangan promosi ke pasar ekspor dengan media yang lebih modern termasuk dalam *Supply Push Strategy* yaitu suatu cara untuk mempromosikan barang produksi produsen agar bisa di kenal lebih luas dibutuhkan suatu promosi, entah dari pemerintah maupun pemberitaan. Informasi teknologi membantu meningkatkan penjualan karena produsen bisa mempublikasikan produknya agar bisa dikenal luas dan mempunyai konsumen yang banyak. Hal ini mendukung guna melihat peluang pasar dan tren yang nantinya produsen akan mengikuti permintaan pasar tanpa merubah keunikan produksinya, karena keunikan produksi UKM di Bantul sudah mempunyai ketertarikan sendiri dimata konsumen.

5) Peningkatan peran lembaga eksternal, asosiasi pengusaha besar dalam pengembangan UKM

Peningkatan peran lembaga eksternal, asosiasi pengusaha besar dalam pengembangan UKM termasuk dalam *Supply Push Strategy* yaitu karena adanya peran lembaga eksternal akan menjadikan suatu kekuatan pendukung tersendiri guna memajukan perkembangan usahannya. Pentingnya pelatihan khusus yang nantinya meningkatkan atau menjadikan pengusaha lebih menguasai usaha yang di jalankan. Pelatihan pelatihan yang dilakukan pihak lembaga eksternal juga dapat meningkatkan kinerja karyawan dan nantinya usaha yang dijalankan bisa berkembang dan mampu bersaing.

Penjelasan dua pendekatan tersebut dapat dilihat pada gambar 5.3.



Gambar 5.3

GAMBARAN STRATEGI SWOT

F. Pembahasan (Interpretasi)

1. Pembahasan Hipotesis Pertama

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di Kabupaten Bantul. Hasil penelitian membuktikan bahwa peran modal sangat penting untuk meningkatkan kinerja UKM dalam menghadapi berbagai macam ancaman dari luar maupun dari dalam UKM. Modal yang digunakan para pelaku UKM bervariasi antara modal sendiri dan modal peminjaman melalui bank atau kredit usaha rakyat (KUR). Modal begitu penting dalam melakukan atau menjalankan UKM bias di ibaratkan modal yang digunakan adalah sebagai pondasi dari usaha yang di dirikan. Hal tersebut mendukung hasil penelitian yang dilakukan Purwanti (2012) menunjukkan bahwa modal usaha secara individu maupun secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Modal usaha dalam hal pengembangan juga berpengaruh untuk memperluas pangsa pasar.

Penelitian ini Didukung penelitian yang dilakukan oleh Imamah (2009) yang menyatakan bahwa untuk memperoleh modal usah dan memperluas pangsa pasar mempunyai peran yang signifikan dalam pengembangan Usaha Kecil Menengah.

2. Pembahasan hipotesis kedua

Pada hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di Kabupaten Bantul. Jiwa pengusaha atau karakter seorang wirausahawan mempunyai peranan

penting untuk mendongkrak para pekerjanya agar biasa mempunyai motifasi yang kuat dalam bekerja, kewirausahaan adalah modal dasar seorang entrepreneurship untuk menciptakan suatu usaha baru dengan kemampuan kreatifitas dan inovasi untuk menciptakan peluang. Dalam kaitannya karakteristik wirausaha di butuhkan untuk meningkatkan kinerja UKM, seorang wirausahawan akan berfikir keras untuk menjadikan usahanya terus maju dan berkembang agar bias bersaing dengan competitor lainnya.

Hal diatas mendukung penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2012) yang mengungkapkan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha UKM berpengaruh secara signifikan, hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif.

3. Pembahasan Hipotesis Ketiga

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM di Kabupaten Bantul. Pemanfaatan teknologi informasi yang didukung pengetahuan penggunaannya dan pelatihan yang diberikan kepada pelaku UKM sangat berperan penting guna meningkatkan produktifitas hasil barang olahan UKM, yang nantinya bias memenuhi pesanan para konsumen. pendanaan dari pemerintan untuk pengadaan alat industri. Informasi yang berkembang pesat saat ini mampu di maanfaatkan oleh para pengusaha UKM untuk melihat peluang pasar dan mendapatkan keuntungan lebih. Pelatihan yang diberikan oleh dinas terkait dalam hal ini dinas perindustrian perdagangan dan koperasi DISPERINDAKOP sangatlah penting, untuk meminimalisir terjadinya

kesalahan penggunaan alat industri dan kurangnya informasi dari pemerintah tentang hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan UKM.

Dalam penelitian ini mendukung penelitian Jumaili (2005) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan system informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja sebuah perusahaan.

4. Pembahasan Analisis SWOT

Dari hasil survei diperoleh beberapa masalah yang dihadapi oleh UKM di Kabupaten Bantul, antara lain: (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi UKM, maka diperlukan strategi untuk mengatasinya. Untuk mengembangkan UKM tentu saja tidak hanya dibebankan pada UKM sendiri namun harus memperoleh dukungan seluruh *stake-holders*. Dukungan termaksud diharapkan datang dari asosiasi pengusaha, perguruan tinggi, dan dinas atau instansi terkait di lingkungan pemerintah kabupaten atau kota dan Provinsi, Hal ini didukung dengan penelitian Sri Susilo dan Sutarta (2004) tentang masalah dan kinerja UKM di Provinsi DIY.

Kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan UKM berperan sangat penting. Pengembangan UKM di Kabupaten Bantul pada dasarnya adalah percepatan transformasi UKM dari fase formasi menuju fase

stabilisasi. Untuk pengembangan UKM tersebut, maka direkomendasikan berbagai kebijakan dan dua strategi pendekatan yaitu (1) *Demand Pull Strategi* dan (2) *Supplay Push Strategi* yang didukung poin-poin penting meliputi: (1) Berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan beorientasi kualitas dengan berbasis sumber daya lokal; (2) Dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern; (3) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal; (4) Kebijakan kredit oleh perbankan dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana sehingga akan mendukung percepatan proses revitalisasi proses produksi; (5) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik untuk menurunkan biaya distribusi sehingga produk UMKM akan memiliki daya saing lebih tinggi; (6) Dukungan kebijakan pengembangan promosi ke pasar ekspor maupun domestik dengan berbagai media yang lebih modern dan bervariasi.