

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING USAHA  
MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA YOGYAKARTA

(Studi Kasus Pada UMKM Kuliner)

Bayu Winarno<sup>1</sup>, Rintan Nuzul Ainy, S.E., M.Sc.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Ahmad Dahlan, <sup>2</sup>Dosen Universitas Ahmad Dahlan

Email: <sup>1</sup>[bayuaripradita@gmail.com](mailto:bayuaripradita@gmail.com)

**· ABSTRACT**

*This study is entitled "Factors Affecting the Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Yogyakarta City (Case Study on Culinary MSMEs). The purpose of this research is to find out whether culinary MSMEs in Yogyakarta City are competitive. The data used in this study are primary data, the study population is SMEs in the city of Yogyakarta, while the research sample taken is culinary MSMEs in the city of Yogyakarta. The sampling technique used was purposive sampling method.*

*The results of this study are all variables: product excellence, innovation, human resources, e-commerce utilization and capital readiness simultaneously affect the competitiveness of MSMEs in Yogyakarta City. The results of this study also show that the variables of product excellence, innovation, e-commerce utilization and capital readiness partially have a significant and positive effect on the competitiveness of MSMEs in the city of Yogyakarta, while the human resource variable does not positively influence the competitiveness of MSMEs in the city of Yogyakarta.*

*Keywords: Product Excellence, Innovation, HR, Utilization of E-commerce Capital Readiness, MSME Competitiveness.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Yogyakarta (Studi Kasus Pada UMKM Kuliner). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah UMKM kuliner di Kota Yogyakarta sudah berdaya saing. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, populasi penelitian yaitu pelaku UMKM di Kota Yogyakarta, sedangkan sampel penelitian yang diambil adalah pelaku UMKM kuliner di Kota Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini adalah semua variabel yaitu: keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia, pemanfaatan *e-commerce* dan kesiapan modal secara

simultan berpengaruh terhadap daya saing UMKM di Kota Yogyakarta. Hasil pada penelitian ini juga menunjukkan variabel keunggulan produk, inovasi, pemanfaatan *e-commerce* dan kesiapan modal secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap daya saing UMKM di Kota Yogyakarta, sedangkan variabel sumber daya manusia tidak berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Keunggulan Produk, Inovasi, SDM, Pemanfaatan *E-commerce* Kesiapan Modal, Daya Saing UMKM.

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peranan yang cukup penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit (LPPI dan Bank Indonesia, 2015). Peranan UMKM dalam perekonomian negara dapat dilihat dari kontribusinya dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam periode tahun 2013-2018 kontribusi UMKM terhadap PDB meningkat dari 57,8 persen menjadi 60,32 persen. Penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM juga meningkat, dari 96,99% menjadi 97,22 persen pada periode yang sama (Kompas, 2018 diakses pada <http://www.kemenperin.go.id>).

Peran UMKM dalam perekonomian di Indonesia tidak hanya memberikan kontribusi nyata pada PDB. LPPI dan Bank Indonesia (2015) mengemukakan beberapa peran penting UMKM dalam perekonomian Indonesia yaitu, dapat menyerap tenaga kerja, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, penanggulangan kemiskinan, serta sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Munculnya berbagai permasalahan pada UMKM dapat menghambat pengembangan dan pengoptimalan pemanfaatan peluang yang ada. Permasalahan

yang timbul itu misalnya, rendahnya produktivitas dan kurangnya inovasi. Menurut Hapsari (2014), secara umum UMKM sendiri menghadapi dua permasalahan utama, yaitu masalah finansial dan masalah nonfinansial. Selain

permasalahan yang sudah disebutkan sebelumnya, UMKM juga menghadapi permasalahan *linkage* (hubungan) antar perusahaan serta ekspor. Menurut Sedyastuti (2018) permasalahan yang dihadapi UMKM, pemerintah, pelaku usaha maupun lembaga keuangan mikro dapat melakukan upaya seperti: (1) Pemberian informasi dan jaringan pasar, (2) Kemudahan akses pendanaan dan pendampingan, (3) peningkatan kapasitas teknologi informasi, (4) Pelatihan jiwa kewirausahaan yang pantang menyerah.

Penelitian ini ingin meneliti daya saing UMKM di Kota Yogyakarta. Alasan penggunaan UMKM di Kota Yogyakarta karena Kota Yogyakarta memiliki keberagaman yang menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun Internasional, selain kota wisata, Kota Yogyakarta menjadi Kota pelajar dan Kota budaya. Dengan keadaan ini dapat mendukung kesuburan pertumbuhan UMKM. Semakin pesatnya pertumbuhan UMKM di Kota Yogyakarta menimbulkan daya saing antar UMKM semakin tinggi untuk bertahan dalam bisnisnya.

Selama kurun waktu 2015 sampai 2018 perkembangan UMKM, penyerapan tenaga kerja dan omset per tahun di Kota Yogyakarta mengalami peningkatan yang cukup besar. Berikut tabel tentang pertumbuhan UMKM di Kota Yogyakarta.

**Tabel 1.1 Perkembangan UMKM di Kota Yogyakarta dari tahun 2015-2018**

No	Tahun	Pertumbuhan UMKM di Kota Yogyakarta	Penyerapan Tenaga Kerja	Omset Pertahun (Rp)
1	2015	32.196	70.700	19.222.000
2	2016	33.406	71.313	20.216.000
3	2017	34.750	89.206	20.524.000

4	2018	36.341	92.640	21.550.000
---	------	--------	--------	------------

*Sumber data :Dataku dan Dinas Koperasi dan UKM DIY diakses pada <http://bappeda.jogjaprov.go.id> (data diolah).*

Jumlah UMKM di Kota Yogyakarta dari tahun 2015 sampai 2018 terus mengalami peningkatan dengan pertumbuhan rata-rata sebesar 4,11 persen. Sedangkan penyerapan tenaga kerja dan omset juga mengalami peningkatan masing-masing sebesar 9,42 persen dan 3,88 persen. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Kota Yogyakarta setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan atau dapat dikatakan sektor UMKM dalam jumlah dan penyerapan tenaga kerja setiap tahunnya selalu bertambah.

Pesatnya pertumbuhan UMKM di Kota Yogyakarta menimbulkan daya saing antar UMKM semakin ketat dalam mempertahankan usahanya. Koperasi dan UMKM Kota Yogyakarta, menyebutkan dari keseluruhan jumlah UMKM di Kota Yogyakarta 50% diantaranya didominasi industri kuliner, hal ini di dukung semakin berkembangnya wisatawan dan pendatang baik yang menetap maupun tidak. Pada tahun 2017 statistik kunjungan wisatawan lokal maupun mancanegara ke kota Yogyakarta sebanyak 5.347.626 orang (Dinas Pariwisata diakses pada <https://visitingjogja.com>). Faktor lain yang juga mendukung meningkatnya potensi kuliner di Kota Yogyakarta adalah pertumbuhan jumlah mahasiswa aktif di Yogyakarta.

Penelitian ini terinspirasi dari peneliti Haq (2016) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM. Penelitian tersebut bertujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing (Usaha Kecil dan Menengah) UKM di Kabupaten Bantul. Objek dalam penelitian ini yaitu UKM kerajinan di Kabupaten Bantul. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan

menyebarkan kuesioner. Hasil dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa keunggulan Produk, Inovasi, Sumber Daya Manusia dan Pemasaran Secara Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing UKM di Kabupaten Bantul.

Penelitian ini akan berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM. Peneliti juga menambahkan satu variabel baru yaitu Kesiapan Modal dari penelitian Ernawati (2017). Alasan peneliti menambahkan satu variabel karena dalam penelitian Haq (2016) menemukan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi daya saing sebesar 55,8 persen. Harapan peneliti bisa mendapatkan hasil yang lebih bermanfaat bagi pelaku UMKM di Kota Yogyakarta, serta ingin mengetahui apakah variabel dalam penelitian ini berpengaruh pada daya saing UMKM di Kota Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA YOGYAKARTA”**.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **1. Pengaruh kualitas produk terhadap daya saing UMKM**

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.

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.

Keunggulan produk adalah suatu kemampuan UMKM dalam mencapai mutu suatu produk yang diharapkan konsumen. Kualitas produk suatu UMKM juga akan membedakan Keunggulan produk yang dijual UMKM tersebut dengan pesaing. Jika suatu UMKM memiliki keunggulan pada produk yang dihasilkan maka akan menciptakan daya saing yang tinggi dan dapat bertahan menghadapi persaingan. Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: Keunggulan produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM

## **2. Pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM**

Menurut Zahra dan Das, 1993; Zahra dan George, 2000; Haiyang Li, 2001 dalam Muchlas (2015) menyatakan inovasi adalah tuntunan 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.

Keunggulan bersaing merupakan dasar untuk tetap bertahan dalam menghadapi persaingan dalam era global. Inovasi merupakan landasan bagi pelaku UMKM agar mencapai tingkat daya saing yang kompetitif. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

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 Hurly dan Hult (2012) dalam Dismawan (2014), 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.

H<sub>2</sub>: Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM

### **3. Pengaruh Sumber daya Manusia terhadap daya saing UMKM**

Jesika (2012) menyatakan bahwa dengan melakukan pelatihan dan pengelolaan SDM 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.

SDM merupakan asset utama bagi suatu organisasi atau perusahaan, karena sebagai penggerak organisasi. Oleh karena itu, dibutuhkan SDM yang kompeten, berpengetahuan, berkualitas serta memiliki daya saing tinggi dan



mampu mengembangkan organisasi atau perusahaan dalam suatu persaingan.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>3</sub>: Sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM

#### **4. Pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM**

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.

Teknologi informasi merupakan bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuk. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering kali dikenal dengan *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Dalam dunia UMKM, pemanfaatan *e-commerce* perlu dikembangkan untuk digunakan pelaku usaha dalam memasarkan produknya serta sebagai kemudahan bertransaksi untuk meningkatkan penjualan. Semakin baik UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk proses usahanya, maka semakin baik pula daya saing yang dibentuk. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>4</sub>: Pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM

## **5. Pengaruh kesiapan modal terhadap daya saing UMKM**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wardhani dan Agustina (2015), modal kerja mempengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas Bangka. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya modal awal yang digunakan dijadikan patokan untuk memperlancar dan mengembangkan usaha dalam menghadapi daya saing pada industri tersebut. Modal kerja merupakan sarana yang digunakan oleh para pelaku usaha dalam memproduksi barang dan jasa yang dimiliki. Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap usaha atau perusahaan membutuhkan modal atau biaya agar dapat terus beroperasi

Kesiapan modal adalah suatu titik kematangan untuk dapat menerima dan memberikan respon dalam proses usaha untuk menghasilkan keuntungan untuk menjalankan kegiatan produksi selanjutnya. Kesiapan modal tidak terbatas dengan materi saja tetapi adanya keahlian dan keyakinan dalam menjalankan suatu usaha. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>5</sub>: Kesiapan modal berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM.

## **METODA PENELITIAN**

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pada penelitian ini penulis mendapatkan data dari hasil survei melalui kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah PD BPR Bank Bantul. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Convenience Sampling*. *Convenience*

*Sampling* adalah teknik pengambilan sampel apabila sampel tersebut dapat dengan mudah didapatkan karena pada waktu dan tempat yang tepat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Obyek Penelitian

#### 1. Gambaran umum Obyek penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan melakukan beberapa pertimbangan tertentu. Berdasarkan teknik pengambilan tersebut, maka diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 39 UMKM kuliner di Kota Yogyakarta.

Tabel 4.1 Sampel dan Jumlah Data

Responden	Kuesioner terkumpul	Kuesioner tidak terpakai	kuesioner diolah
Umkm kuliner di Kota Yogyakarta	39	3	36

Sumber: Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diuraikan bahwa jumlah kuesioner yang terkumpul sebanyak 39 eksemplar. Kuesioner yang tidak dapat diolah karena tidak mengisi data kuisisioner sebanyak 3 eksemplar, kuesioner yang dapat diolah sebanyak 36 eksemplar.

## 2. Umur Usaha

Tabel 4.2 Tabel Umur Usaha

Keterangan	Frekuensi	Presentasi
$\leq 5$ tahun	15	41,7%
6 – 10 tahun	21	58,3%
	36	100%

Sumber: Data Primer, diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa umur usaha responden kurang dari 5 tahun berjumlah 15 (41,7%) dan umur usaha responden 6-10 tahun berjumlah 21 (58,3%). Jadi sebagian besar responden tersebut memiliki umur usaha diatas 6 tahun.

## Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Pada uji validitas jika  $r$  tabel lebih kecil dari  $r$  hitung maka data dapat dikatakan bahwa data tersebut valid. Variabel daya saing UMKM terdapat 5 pertanyaan, variabel keunggulan produk terdapat 5 pertanyaan, variabel inovasi terdapat 5 pertanyaan, variabel sumber daya manusia terdapat 5 pertanyaan, variabel pemanfaatan *e-commerce* terdapat 5 pertanyaan dan variabel kesiapan modal terdapat 10 pertanyaan. Ringkasan dari uji validitas dapat dilihat pada Tabel 4.1 sampai tabel 4.6 sebagai berikut

Tabel 4.3 Uji Validitas Daya saing UMKM

No item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,617	0,2785	Valid
2	0,560	0,2785	Valid
3	0,747	0,2785	Valid
4	0,7659	0,2785	Valid

5	0,674	0,2785	Valid
---	-------	--------	-------

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Keunggulan Proudck

No item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,664	0,2785	Valid
2	0,779	0,2785	Valid
3	0,792	0,2785	Valid
4	0,728	0,2785	Valid
5	0,637	0,2785	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Inovasi

No item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,751	0,2785	Valid
2	0,775	0,2785	Valid
3	0,571	0,2785	Valid
4	0,771	0,2785	Valid
5	0,733	0,2785	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Sumber Daya Manusia

No item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,889	0,2785	Valid
2	0,776	0,2785	Valid
3	0,820	0,2785	Valid
4	0,860	0,2785	Valid
5	0,715	0,2785	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Pemanfaatan *E-commerce*

No item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,779	0,2785	Valid
2	0,720	0,2785	Valid
3	0,833	0,2785	Valid
4	0,726	0,2785	Valid
5	0,808	0,2785	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kesiapan Modal

No item	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,334	0,2785	Valid
2	0,650	0,2785	Valid
3	0,772	0,2785	Valid
4	0,750	0,2785	Valid
5	0,747	0,2785	Valid
6	0,633	0,2785	Valid
7	0,753	0,2785	Valid
8	0,794	0,2785	Valid
9	0,732	0,2785	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 sampai 4.8 menunjukkan bahwa R hitung dari masing item pertanyaan masing-masing variabel dinyatakan lebih besar dari pada R tabel, sehingga semua item kuesioner dalam variabel keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia, pemanfaatan *e-commerce*, dan kesiapan modal dinyatakan valid.

## 2. Uji reliabilitas

Pada uji reliabilitas jika *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut reliabel atau konsisten. Uji reliabilitas data dilakukan terhadap 36 kuesioner dengan bantuan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel 4.7 sampai 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Daya saing UMKM

<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah item
0,708	5

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Hasil uji reliabilitas didapatkan data variabel daya saing UMKM yang telah dilakukan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,708 > 0,70$  sehingga dapat dikatakan bahwa data daya saing UMKM reliabel atau konsisten.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Keunggulan Produk

<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Jumlah item</b>
0,766	5

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Hasil uji reliabilitas didapatkan data variabel keunggulan produk yang telah dilakukan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,766 > 0,70$  sehingga dapat dikatakan bahwa data keunggulan produk reliabel atau konsisten.

Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Inovasi

<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Jumlah item</b>
0,759	5

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Hasil uji reliabilitas didapatkan data variabel inovasi yang telah dilakukan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,759 > 0,70$  sehingga dapat dikatakan bahwa data inovasi reliabel atau konsisten.

Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Sumber Daya Manusia

<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Jumlah item</b>
0,817	5

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Hasil uji reliabilitas didapatkan data variabel sumber daya manusia yang telah dilakukan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,817 > 0,70$  sehingga dapat dikatakan bahwa data sumber daya manusia reliabel atau konsisten.

Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Pemanfaatan *E-commerce*

<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah item
0,815	5

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Hasil uji reliabilitas didapatkan data variabel pemanfaatan *e-commerce* yang telah dilakukan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,815 > 0,70$  sehingga dapat dikatakan bahwa data pemanfaatan *e-commerce* reliable atau konsisten.

Tabel 4.14 Uji Reliabilitas Kesiapan Modal

<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah item
0,862	9

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Hasil uji reliabilitas didapatkan data variabel kesiapan modal yang telah dilakukan diperoleh nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,862 > 0,70$  sehingga dapat dikatakan bahwa data kesiapan modal reliable atau konsisten.

### Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, multikolenieritas dan heterokedaktisitas. Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak, uji multikolenieritas digunakan untuk melihat apakah terjadi atau tidaknya korelasi yang tinggi diantara variabel bebas sehingga dapat menyebabkan hubungan dengan variabel terikatnya menjadi terganggu, sedangkan uji heterokedaktisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat atau tidaknya ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain.

#### 1. Uji Normalitas



Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi didistribusikan secara normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat jika nilai *asympt sig* lebih besar dari *alpha* (0,05), maka data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode statistik *one simple kolmogorov smirnov* diperoleh pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

<b>Keterangan</b>	<b><i>Unstandardized Residual</i></b>	<b><i>Alpha</i></b>
N	36	0,05
<i>Asymp. sig (one-tailed)</i>	0,869	

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Dari tabel 4.15 *one-sample kolmogorov-simirnov test* dapat dilihat nilai *asympt.sig* sebesar 0,869 dimana lebih besar dari *alpha* (0,05) maka dapat dikatakan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

## 2. Uji multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah pada model regresi ditemukan adanya masalah korelasi diantara variabel independen. Pada uji multikolonieritas jika nilai tolerans lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas

<b>Variabel independen</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Keunggulan produk	0,298	3,361	Bebas dari multikolinieritas

Inovasi	0,160	6,234	Bebas dari multikolinieritas
Sumber daya manusia	0,206	4,847	Bebas dari multikolinieritas
Pemanfaatan <i>e-commerce</i>	0,139	7.200	Bebas dari multikolinieritas
Kesiapan modal	0,576	1,737	Bebas dari multikolinieritas

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.16 menunjukkan bahwa untuk semua variabel dalam tiap model regresi masing-masing nilai VIF sekitaran atau  $\leq 10$  dan nilai *tolerance* mendekati angka 1 atau  $> 0,10$  untuk setiap variabel. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam model-model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Pada penelitian ini, cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan metode *Rank Spearman*. Dimana dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan *Rank Spearman* sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

2. Jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) lebih kecil dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Sig. (2-tailed)
Searman's rho	Keunggulan produk	0,828
	Inovasi	0,596
	SDM	0,503
	Pemanfaatan <i>e-commerce</i>	0,453
	Kesiapan modal	0,497

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Dalam tabel tersebut memperlihatkan bahwa nilai signifikansi atau sig (2-tailed) lebih besar dari nilai 0,05, maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, dan *range* (Ghazali, 2018: 19). Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia, pemanfaatan *e-commerce* dan kesiapan modal.

Tabel 4.18 Tabel Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Std.Deviasi
Daya Saing	36	10	25	22,06	2,341
Keunggulan Produk	36	11	23	20,19	1,910
Inovasi	36	10	22	19,81	1,895

Sumber Daya Manusia	36	9	21	19,25	1,977
Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	36	7	22	19,33	2,305
Kesiapan Modal	36	20	42	35,83	4,784
Valid N (listwise)	36				

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Berdasarkan table 4.18 dapat diuraikan bahwa daya saing memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 25, nilai rata-rata sebesar 22,06 dan nilai standar deviasi sebesar 2,341. Keunggulan produk memiliki nilai minimum 11, nilai maksimum 23, nilai rata-rata sebesar 20,19 dan nilai standar deviasi sebesar 1,910. Inovasi memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 22, nilai rata-rata sebesar 19,25 dan nilai standar deviasi sebesar 1,895. Sumber daya manusia memiliki nilai minimum 9, nilai maksimum 21, nilai rata-rata sebesar 19,81 dan nilai standar deviasi sebesar 1,977. Pemanfaatan *e-commerce* memiliki nilai minimum 7, nilai maksimum 22, nilai rata-rata sebesar 19,33 dan nilai standar deviasi sebesar 2,305. Kesiapan modal memiliki nilai minimum 20, nilai maksimum 42, nilai rata-rata sebesar 35,83 dan nilai standar deviasi sebesar 4,784.

## Uji Hipotesis

### 1. Uji Linier Regresi Berganda

Hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Regresi adalah alat analisis untuk mengujur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dari hasil regresi dengan

menggunkan program SPSS, maka didapatkan koefisien regresi yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi

Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(constant)	0.049
	Keunggulan produk	0.233
	Inovasi	0.547
	SDM	-0.421
	Pemanfaatan <i>e-commerce</i>	0.591
	Persiapan Modal	0.088

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.19 dengan memperlihatkan angka berada pada kolom *Unstandardised Coefficients Beta*, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.049 + 0.233 X_1 + 0.547 X_2 - 0.421 X_3 + 0.591 X_4 + 0.088 X_5 + e$$

dari persamaan regresi di atas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal sebagai berikut:

- Koefisien  $X_1$  sebesar + 0.233 artinya jika kenaikan keunggulan produk sebesar 1 maka akan menambah Daya saing (Y) sebesar 0.233.
- Koefisien  $X_2$  sebesar +0.547 artinya jika terjadi kenaikan inovasi sebesar 1, maka akan menambah daya saing (Y) sebesar 0.547.
- Koefisien  $X_3$  sebesar -0.421 artinya jika terjadi kenaikan SDM sebesar 1, maka akan mengurangi daya saing (Y) sebesar 0.421.

- Koefisien  $X_4$  sebesar 0.591 artinya jika terjadi kenaikan Pemanfaatan e-commerce sebesar 1, maka akan menambah daya saing (Y) sebesar 0.591.
- Koefisien  $X_5$  sebesar +0.088 artinya jika terjadi kenaikan Persiapan modal sebesar 1, maka akan menambah Daya saing (Y) sebesar 0.088.
- Konstanta sebesar 0.049 artinya jika  $X_1, X_2, X_3, X_4$ , dan  $X_5 = 0$ , maka  $Y = 0.049$

## 2. Uji F

Uji F dilakukan menggunakan cara membandingkan nilai sig. pada tabel anova dengan nilai p-value 0,05. jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka variabel independen (X) terdapat pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.20 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178.024	5	35.605	77.042	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	13.865	30	0.462		
	Total	191.889	35			

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.20 didapatkan nilai sig. sebesar 0.000. Dari data tersebut didapatkan bahwa nilai sig. < nilai p-value ( $0.000 < 0.05$ ), artinya secara bersama-sama keunggulan produk, inovasi, SDM, pemanfaatan *e-commerce* dan kesiapan modal berpengaruh terhadap daya saing UMKM.

## 3. Uji t

Uji t dilakuka menggunakan cara melihat nilai sig. pada tabel *coefficients* dioutput hasil SPSS. Jika nilai sig. lebih rendah dari 0.05 maka variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y), maka dapat dikatakan bahwa Hipotesis diterima:

Tabel 4.21 Hasil Uji t

Model		B	Sig. (2- tailed)	sig. (1- tailed)	<i>Alpha</i>	keterangan
1	Keunggulan produk (H <sub>1</sub> )	0.233	0.043	0.021	0.05	Diterima
	Inovasi (H <sub>2</sub> )	0.547	0.000	0.000	0.05	Diterima
	SDM (H <sub>3</sub> )	-0.421	0.007	0.003	0.05	Tidak diterima
	Pemanfaatan e-commerce (H <sub>4</sub> )	0.591	0.000	0.000	0.05	Diterima
	Kesiapan Modal (H <sub>5</sub> )	0.088	0.010	0.005	0.05	Diterima

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4.21 hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis Keunggulan Produk (H<sub>1</sub>)

**H<sub>1</sub>: Keunggulan Produk berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM.**

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai sig. (1-tailed) sebesar 0.021 yang berarti  $< 0.05$ . Nilai koefisien keunggulan produk sebesar 0.233, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Keunggulan

Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM, maka  $H_1$  yang menyatakan keunggulan produk dinyatakan berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM **diterima**. Dari hal tersebut pelaku UMKM semakin berkeyakinan bahwa keunggulan produk juga penting dalam daya saing UMKM. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Haq (2016), yang menyatakan bahwa keunggulan produk berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing UMKM.

2. Pengujian hipotesis Inovasi ( $H_2$ )

**$H_2$ : Inovasi berpengaruh positif terhadap Daya Saing UKM di Kabupaten Bantul.**

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai sig. (1-tailed) sebesar 0.000 yang berarti  $< 0,05$ . Nilai koefisien inovasi sebesar 0.547 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM, maka  $H_2$  yang menyatakan inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM **diterima**. Semakin gecarnya inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kota Yogyakarta maka akan dapat meningkatkan daya saing UMKM di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian Haq (2016), yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Bantul.

3. Pengujian hipotesis Sumber Daya Manusia ( $H_3$ )

**$H_3$ : Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM.**



Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai sig. (1-tailed) sebesar 0.003 yang berarti  $< 0.05$ , Nilai koefisien SDM sebesar -0.421, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel SDM berpengaruh negatif dan signifikan terhadap daya saing UMKM, maka  $H_3$  yang menyatakan Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM **Tidak diterima**. Variabel sumber daya manusia tidak berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Kota Yogyakarta, hal ini sesuai pada penelitian dilapangan menunjukkan bahwa pelaku atau pemilik UMKM tidak memberikan persyaratan khusus dalam mencari atau menerima tenaga kerja. Sehingga dalam menghadapi persaingan bisnis pada UMKM kuliner ini, para pemilik UMKM tersebut tidak begitu tergantung kepada sumber daya manusia yang dimiliki. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Haq (2016) yang menyatakan bahwa sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Bantul. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Wardhana dan Agustina (2015) yang menyatakan bahwa sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap daya saing pada industri makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang.

4. Pengujian hipotesis Pemanfaatan *E-commerce* ( $H_4$ )

**$H_4$ : Pemanfaatan *E-commerce* positif terhadap Daya Saing UMKM.**

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai sig. (1-tailed) sebesar 0.000 yang berarti  $< 0,05$ . Nilai koefisien pemanfaatan *e-commerce* sebesar 0,591, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel

pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. maka  $H_4$  yang menyatakan Pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM **diterima**. Pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan, ini berarti UMKM yang ada di Kota Yogyakarta sudah banyak yang memanfaatkan teknologi yang tersedia dengan baik, hal ini juga akan mendukung pelaku usaha dalam meningkatkan daya saing di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian dari Haq (2016) yang menyatakan pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap daya saing UKM di kabupaten Bantul.

5. Pengujian hipotesis Kesiapan Modal ( $H_5$ )

**$H_4$ : Kesiapan Modal berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM.**

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan nilai sig. (1-tailed) sebesar 0,005 yang berarti  $< 0,05$ . Nilai koefisien kesiapan modal sebesar 0,88, sehingga dapat dikatakan bahwa kesiapan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM, maka  $H_5$  yang menyatakan Kesiapan Modal berpengaruh positif terhadap Daya Saing UMKM **diterima**. Penelitian ini menggunakan indikator, kepercayaan terhadap tenaga kerja, pembagian tugas yang jelas, kemampuan pengelolaan dan perencanaan usaha, dan kualitas sumber daya manusia. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kesiapan modal berpengaruh signifikan dan positif ini berarti UMKM di Kota Yogyakarta sudah

memiliki modal tidak hanya modal materi saja. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian dari Ernawati (2017) yang menyatakan kesiapan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupateb Sleman.

#### 4. Uji *R-square* (*Koefisien Determinasi*)

Uji *R-square* dilakukan untuk melihat prsentasi sumbangan dari pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y) dengan melihat nilai *R-square* pada tabel model summary berikut ini:

Tabel 4.22 Hasil uji *R-square*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.963 <sup>a</sup>	0.928	0.916	0.680

Sumber: Output SPSS, diolah (2019)

Pada tabel 4.22 model summary, dapat dilihat nilai *adjust R-square* sebesar 0.916. Hal ini berarti 91,6% variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh variabel independen (X) sedangkan sisanya 8.4% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## KESIMPULAN

1. Hasil dari uji regresi yang telah dilakukan menyatakan bahwa:
  - a. H<sub>1</sub> diterima yaitu keunggulan produk berpengaruh positif dan

signifikan terhadap daya saing UMKM (studi kasus pada UMKM kuliner di Kota Yogyakarta). Artinya jika keunggulan produk meningkat maka akan meningkatkan daya saing UMKM di Kota Yogyakarta.

- b. H<sub>2</sub> diterima yaitu inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM (studi kasus pada UMKM kuliner di Kota Yogyakarta). Artinya jika inovasi meningkat maka akan menambah daya saing UMKM di Kota Yogyakarta.
- c. H<sub>3</sub> tidak diterima yaitu sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM (studi kasus pada UMKM kuliner di Kota Yogyakarta). Pelaku usaha pada UMKM kuliner di Kota Yogyakarta tidak memberikan persyaratan khusus dalam mencari dan menerima tenaga kerja seperti mempunyai ketrampilan khusus atau sudah mengikuti pelatihan UMKM, jadi dalam persaingan UMKM kuliner pemilik usaha tidak tergantung pada tenaga kerja.
- d. H<sub>4</sub> diterima yaitu pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM (studi kasus pada UMKM kuliner di Kota Yogyakarta). Artinya jika pemanfaatan *e-commerce* meningkat maka akan menambah daya saing UMKM di Kota Yogyakarta.
- e. H<sub>5</sub> diterima yaitu kesiapan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM (studi kasus pada UMKM kuliner di Kota Yogyakarta). Artinya jika kesiapan modal meningkat maka akan menambah daya saing UMKM di Kota Yogyakarta.

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang hanya menggambarkan penilaian responden terhadap daya saing UMKM, sehingga peneliti tidak bisa mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulann tersebut, penulis memberikan saran untuk pelaku UMKM kuliner berbahan dasar ayam dan peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi penulis selanjutnya agar tidak terjadi bias dari kuisisioner untuk bisa menambah metode lain seperti wawancara atau menunggu langsung responden untuk mengisi kuisisioner.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni, Shanti Kirana. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah Berbasis Olahan Ikan Di Indonesia. *Journal Industrial Services*, 3c(1), 331-341.
- Askandar, Noor Shodiq., dan Mahsuni, Abdul Wahid. (2018). Pengaruh Modal, Struktur Persaingan, dan Pendapatan Terhadap Indeks Daya Saing UMKM Kota Batu. *E-JRA*, 7(12), 43-55.
- Christanto, J. (2011). *Membangun Daya Saing Daerah melalui Penciptaan Kompetensi Inti Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dataku dan Dinas Koperasi dan UKM DIY. (2018). Koperasi dan UKM. Didapat pada <https://www.bappeda.jogjaprovo.go.id>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2019.
- Dinas Pariwisata. (2017). Statistik Kepariwisata. <https://www.visitingjogja.com>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2019.

- Dismawan, Ranga. (2014). Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes Pada Toko Kue Spes Merdeka Di Jl. Merdeka No. 25 Bandung. *Jurnal Manajemen Ekonomi*.
- Ernawati, Nani. (2018). Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Profita*, 6(2), 23-34.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19* Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progra, IMB SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Ananlisis Multivariate Program IMB SPSS 25* (Edisi ). Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsari, I., M. (2014). Identifikasi Permasalahan Yang Dihadapi Oleh UKM dan Peninjauan Kembali Regulasi UKM Sebagai Langkah Awal Revitalisasi UKM. *PERMANA*,5(2), 43-47.
- Handiani, Eka. (2011). Pengaruh Faktor Internal, Eksternal, Entreoreneurship, Strategi dan Kinerja Terhadap Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Dinamika Manajemen*, vol.3 No.1.
- Haq, A. D. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hermanto. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Sdm Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada BPRS Berkah Ramadhan). *Jurnal Etikonomi*, 12(1).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Didapat pada <https://kbbi.web.id>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2019.
- Kompas. (2018). Kontribusi UMKM Naik. <https://www.kemenperin.go.id>. Diakses pada tanggal 15 Maret 2019.
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2007). "*Manajemen Pemasaran*". Edisi Duabelas jilid 1 (Alih Bahasa, Beyamin Molan). Jakarta: Indeks.
- Leonard, Febriady. (2013). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Keandalan dan Ketepatanwaktuan Pelaporan Keuangan Pemerintah. Skripsi Mahasiswa UNP.

- LPPI dan Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).
- Melilea, Andi Suranta., Matodang, Nazarudin., Rahmi, Sari. (2014). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) Berbasis Kaizen. Jurnal Optimus Sistem Industri, Vol.13 No. 2.
- Muchlas, Zainul. (2015). Strategi Inovasi dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Agro Industri Di Kota Batu. Jurnal STIE Asia Malang.
- Mulyadi, Welly, dkk. (2016). Pengaruh Inovasi, Kreativitas, Dan Kepuasan Konsumen terhadap Keunggulan Kompetitif. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi.
- Nasution, M. N. (2015). *Manajemen Mutu Terpadu (total quality managemen)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global. INOBIS, 2(1), 117-127.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sousa, F.C.;Pellissier, R.; dan Monteiro,I.P. (2012). *Creativity Innovation And Collaborative Organizations. The International Journal of Organization Innovation*. 5(1). 26-59.
- Sugiyono. (2016). *Metedologi Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,
- Sumarsono, Sonny. (2003). *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ketenaga Kerjaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tambunan, T. (2011). *Perekonomian Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tamamudin. (2012). Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen. Jurnal Penelitian. 9(2), 283-300.

Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Andy

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Menengah.

Wardhani, R. S. dan Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10(2), 64-95.

Wibowo, D. W., Arifin, Zainul., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jember). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59-66.