



ANALISIS FAKTOR DAYA SAING DI KABUPATEN SEMARANG

Eka Handriani ✉

Fakultas Ekonomi, Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI, Ungaran, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Oktober 2010

Disetujui Desember 2010

Dipublikasikan Maret 2011

Keywords:

Internal-External Factors;

Entrepreneurial Skill;

Performance;

Competitive Advantages

Abstrak

Jika perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumberdaya maka perusahaan mampu menghasilkan *sustained competitive advantage*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa faktor internal dan eksternal, keterampilan pengusaha dan strategi yang diterapkan dalam UKM Kabupaten Semarang berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif baik secara simultan dan parsial. Pengusaha mikro memiliki potensi besar dalam ekonomi nasional dan lokal sesuai dengan periode pasar bebas. Namun, etos dan persaingan masih dalam tingkat rendah. Penyebab utama dari masalah ini berasal dari faktor tenaga lingkungan, di antaranya adalah faktor internal dan eksternal keterampilan pengusaha, strategi, dan etos. Sebuah strategi yang akurat diperlukan untuk memecahkan masalah ini. Penelitian ini dilakukan pada 60 pengusaha mikro melalui empat variabel dependen dan satu variabel independen dengan menggunakan alat analisis statistik program SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal, keterampilan pengusaha, strategi dan etos telah signifikan berpengaruh pada keunggulan kompetitif yang diterapkan oleh pengusaha mikro di Kabupaten Semarang secara parsial maupun simultan.

Abstract

The purpose of this research is to attest that internal and external factor, entrepreneur skill and strategy which applied in the UKM of Kabupaten Semarang are influence to the competitive advantage simultaneously and partially. Micro entrepreneur has great potency in the national and local economic according to this free market period. However, it is ethos and competition still in the low level. The main cause of this problem come up from environmental exertion factor, among them are internal and external factor the entrepreneur skill, strategy, and ethos. An accurate strategy is needed to solve this problem. This research has been done on 60 micro entrepreneurs through four dependent variables and one independent variable using to SPSS statistic program. The result shown that internal and external factor, entrepreneur skill, strategy and ethos has significant influenced on the competitive advantage that applied by the micro entrepreneur in Kabupaten Semarang partially or simultaneously.

JEL Classification: L2, L25, L26

PENDAHULUAN

Usaha kecil masih bertahan dalam struktur perekonomian bahkan kebijakan pemerintah terhadap keberadaan usaha kecil sudah semakin kondusif dan positif. Hasil penelitian yang terdahulu beberapa menyebutkan bahwa usaha kecil mempunyai peran komplementer dengan perusahaan-perusahaan besar dalam penciptaan kesempatan kerja maupun pertumbuhan ekonomi. Menurut hasil penelitian Syarif (2009), menegaskan bahwa usaha kecil di Indonesia memainkan peranan penting dalam beberapa hal antara lain: usaha kecil merupakan pemain utama kegiatan ekonomi Indonesia, penyedia kesempatan kerja, pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat, pencipta pasar, dan inovasi. Melalui fleksibilitas dan sensitivitasnya yang dinamis serta keterkaitannya dengan beberapa perusahaan, dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas.

Sementara itu El-Gohary (2010), menyebutkan bahwa usaha kecil juga mampu mereduksi ketimpangan pendapatan (*reducing income inequality*) terutama di negara berkembang, sedangkan Najib (2009), menegaskan usaha kecil memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja. Sehingga peran dari usaha kecil di Indonesia dapat dikatakan sangat penting dalam menghadapi ketahanan ekonomi negara. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh faktor internal, eksternal, *entrepreneurial skill*, strategi dan kinerja terhadap daya saing UKM baik secara parsial maupun simultan dimana faktor-faktor tersebut mampu menjelaskan peranannya seperti faktor lingkungan organisasi dapat dibedakan atas lingkungan internal (*internal environment*) dan lingkungan eksternal (*external environment*).

Lingkungan internal terdiri dari struktur (*structure*), budaya (*culture*), sumber daya (*resources*). Lingkungan internal perlu dianalisis untuk mengetahui kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang ada dalam perusahaan. Struktur adalah cara perusahaan mengelola sumber daya organisasi yang berkenaan dengan komunikasi, wewenang dan arus kerja. Jika perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumberdaya tersebut maka, ketiga sumber daya diatas memberikan perusahaan *sustained competitive advantage* artinya bahwa lingkungan bisnis internal mempengaruhi daya saing UKM (Kamble, 2010).

Lingkungan eksternal adalah lingkungan yang berada diluar organisasi dan perlu dianalisis untuk menentukan kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*threat*) yang akan dihadapi perusahaan (Riyanti, 2003). Terdapat dua perspektif untuk mengkonseptualisasikan lingkungan eksternal (Tan & Litschert, 1994). Pertama, perspektif yang memandang lingkungan eksternal sebagai wahana yang menyediakan sumber daya. Kedua perspektif yang memandang lingkungan eksternal sebagai sumber informasi. Perspektif pertama berdasar pada premis bahwa lingkungan eksternal merupakan wahana yang menyediakan sumber daya yang kritical bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Perspektif ini juga mengandung makna potensi eksternal dapat mengancam sumberdaya internal yang dimiliki perusahaan seperti pemogokan, deregulasi, perubahan undang-undang, yang berpotensi merusak sumberdaya internal yang dimiliki perusahaan. Perspektif kedua mengaitkan informasi dengan ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*). Ketidakpastian lingkungan mengacu pada kondisi lingkungan eksternal yang sulit diramalkan perubahannya. Misalnya terkait dengan kemampuan anggota organisasi dalam pengambilan keputusan (*decision making*). Berdasarkan uraian mengenai Lingkungan Bisnis Eksternal tersebut, maka menurut Stanisavliev et al. (2009), bisa diartikan bahwa lingkungan bisnis eksternal juga dapat mempengaruhi daya saing UKM.

Adapun faktor *entrepreneurial skill* berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik (Hitt, 1995). Dengan demikian seorang *entrepreneur* harus tetap berlandaskan pada kemampuannya menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijalankannya dapat berhasil dengan baik. Penelitian ini menggunakan istilah

entrepreneurial skill yang diartikan sebagai kemampuan *entrepreneur* dalam menjalankan usahanya berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, motivasi dan kepegawaian (Riyanti, 2003).

Menurut Syarif (2009), mengatakan bahwa para manajer di perusahaan kecil disebut juga sebagai pemilik, karena mereka berada dalam kedudukan untuk mengambil keputusan-keputusan mereka sendiri dan melakukan banyak fungsi seperti merencanakan, mengorganisir, *staffing*, menganggarkan, mengkoordinasi dan mengendalikan, yang sering disebut wiraswastawan. Deskripsi seorang wiraswastawan berkaitan dengan pengambilan risiko, fungsi wiraswasta termasuk supervisi, pengendalian, dan menyediakan arahan untuk perusahaan. Berdasarkan uraian mengenai *Entrepreneurial skill* tersebut, maka dapat diartikan bahwa *Entrepreneurial skill* dapat mempengaruhi daya saing UKM.

Faktor strategi menurut Porter (1992), dapat di jelaskan bahwa dengan perencanaan terlebih dahulu untuk mencapai tujuan organisasi sehingga diperlukan alat yang berperan sebagai akselerator dan dinamisator sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Sejalan dengan hal tersebut, strategi diyakini sebagai alat untuk mencapai tujuan organisasi. Dewasa ini istilah strategi sudah dapat digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya (Porter, 1992; Tan, 1994; Hitt, 1995).

Strategi diartikan sebagai pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi melalui misi. Strategi membentuk pola pengambilan keputusan dalam mewujudkan visi organisasi. Dengan tindakan berpola, perusahaan dapat mengerahkan dan mengarahkan seluruh sumber daya organisasi secara efektif untuk mewujudkan visi organisasi. Tanpa strategi yang tepat, sumberdaya organisasi akan terhambur konsumsinya, sehingga akan berakibat pada kegagalan organisasi dalam mewujudkan visinya. Strategi harus dilaksanakan secara efektif, sehingga rencana strategi harus dipadukan dengan masalah operasional.

Faktor lain yang perlu menjadi perhatian adalah kinerja organisasi perlu dilakukan sebagai penilaian karena diketahui bahwa kinerja hasil dari prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam satu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan, dan ukuran yang paling banyak digunakan ROI (*Return on Investment*), disamping ukuran-ukuran kualitatif dan kuantitatif lainnya (Asmarani, 2009 & Kamble, 2010).

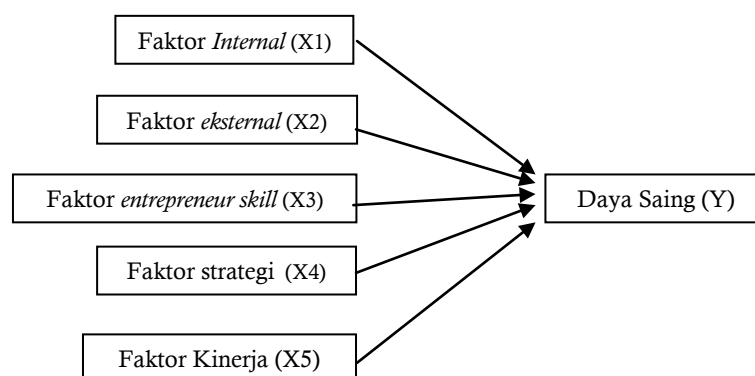
Menurut Kamble (2010), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja suatu usaha, termasuk usaha kecil, dapat dikelompokkan menjadi tiga faktor, yaitu: faktor internal, faktor eksternal, dan faktor *entrepreneurial skill*. Ketiganya dapat berpengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap kinerja usaha kecil melalui penerapan strategi. Faktor *internal* perusahaan yang secara strategis mempengaruhi tujuan perusahaan, yakni: pemasaran dan distribusi, penelitian dan pengembangan dan Rekayasa, manajemen produksi dan operasi, sumberdaya manusia perusahaan, dan faktor keuangan dan akuntansi. Masing-masing faktor terdiri atas beberapa indikator sesuai dengan sifat dan karakteristik faktor tersebut.

Sedangkan lingkungan *eksternal* terdiri dari tiga kelompok faktor yang saling terkait satu dengan lainnya. Pertama, lingkungan jauh yang terdiri dari faktor-faktor yang berasal dari luar dan biasanya tidak memandang situasi operasional sebuah perusahaan, yaitu faktor ekonomi, sosial, politik teknologi dan ekologi. Kedua, faktor yang secara langsung mempengaruhi industri itu sendiri, yakni hambatan-hambatan untuk memasuki pasar, pesaing, usaha substitusi, dan kekuatan tawar menawar dari pembeli dan pemasok. Ketiga, lingkungan operasional yang meliputi posisi persaingan, profil pelanggan, supplier, kreditor, dan pasar tenaga kerja. Serta masih ada satu faktor *eksternal* yang cukup penting yaitu faktor makro ekonomi, antara lain kredit, suku bunga, dan pajak.

Berkaitan dengan pentingnya penilaian kinerja dalam suatu kegiatan usaha kecil dan menengah maka dapat dimaknai bahwa faktor kinerja juga berpengaruh pada daya saing UKM. Faktor-faktor tersebut secara langsung dapat mempengaruhi daya saing (*Competitive Advantage*) bagi usaha kecil. Daya saing sangat dibutuhkan sebagai salah satu wujud evaluasi dan memotivasi peningkatan kinerja, karena untuk melihat tingkat sampai sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar, baik domestik maupun internasional, dalam memproduksi barang dan jasa, dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan karyawannya. Keunggulan bersaing ini dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal sebuah perusahaan sehingga diperlukan strategi yang tepat (Asmarani, 2009 & Hussain, 2010).

Strategi persaingan menurut Porter (dalam Asmarani, 2009), dikenal sebagai strategi persaingan generik (*generic competitive strategies*) dimana strategi ini didasarkan atas analisis posisi sebuah perusahaan dalam industri, apakah keuntungan perusahaan berada di atas atau di bawah rata-rata industri. Sehingga perusahaan itu mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Untuk mencapai hal ini perusahaan dapat memiliki dua tipe dasar keunggulan bersaing, yaitu biaya rendah atau diferensiasi dan fokus. Kekuatan atau kelemahan yang secara signifikan dimiliki oleh sebuah perusahaan pada akhirnya merupakan suatu fungsi dari dampak biaya relatif dan diferensiasi.

Dari faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya saing tersebut di atas, maka dapat dibuat model penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Populasi penelitian ini meliputi seluruh peserta UKM yang ada di kabupaten Semarang yang telah terdaftar di Dinas Pelayanan Koperasi Kabupaten Semarang sebanyak 25.496 UKM, yang lokasinya tersebar di 19 Kecamatan se-kabupaten Semarang, Karena jumlah total populasi tidak terjangkau secara keseluruhan oleh peneliti, maka Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Semua populasi berkesempatan untuk diambil sebagai sampel dengan cara acak, sedangkan responden ditetapkan sebanyak 100 orang pemilik UKM di Kabupaten Semarang.

Pengumpulan data dimulai dari 5 April 2011 sampai dengan 5 Mei 2011 dengan menyebarkan 100 kuesioner. Dari hasil pengumpulan kuesioner tersebut, terdapat sebanyak 60% kuesioner yang layak untuk di analisis, dari 60 kuesioner yang layak, sebanyak (96%) responden tinggal di Kabupaten Semarang dan sisanya (3,3%) responden tinggal di luar Kabupaten Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berdomisili di Kabupaten Semarang. Responden yang berusia 30-39 tahun

yaitu sebanyak (73%) dan yang paling sedikit adalah responden yang berusia diatas 20 tahun yaitu sebanyak (3,3%). Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilik UKM di Kabupaten Semarang sudah cukup lama menjalankan usahanya. Sedangkan berdasarkan pendidikan, di dominasi oleh mereka yang berpendidikan sarjana yaitu sebanyak (48,3%). Kemudian responden yang berlatar belakang pendidikan SLTA yaitu sebanyak (36,7%). Hal tersebut menunjukkan bahwa Pemilik UKM mempunyai pendidikan formal yang baik.

Jawaban kuesioner yang sudah dikumpulkan dilakukan pengujian instrumen dengan menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian *construct validity* dalam penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan bantuan program SPSS for Windows versi 16. CFA di lakukan dengan menduga *construct validity* , yaitu menguji apakah masing-masing *factor loading* yang diestimasi dari suatu item lebih besar dari $\pm 0,40$ dan signifikan pada taraf signifikansi 0,05. *Rule of thumb*, penerimaan skor *factor loading* adalah $\geq \pm 0,4$ dapat secara tegas mengukur *construct*.

Analisis faktor terhadap item-item pertanyaan dilakukan dua kali. Pada tahap awal semua item pertanyaan sebanyak 48 pertanyaan diikut sertakan dalam analisis. Hasil menunjukkan bahwa semua item pertanyaan valid yakni memiliki nilai *loading* lebih besar dari $\pm 0,40$. Namun ada beberapa item yang tidak mengelompok dalam *factor* sehingga dikeluarkan pada analisis berikutnya. Tahap analisis kedua dilakukan dengan membuang 12 item pertanyaan dan menukkan bahwa semua item valid dan mengelompok pada faktornya, sehingga terdapat 36 item pertanyaan yang digunakan dalam analisis lanjutan. Untuk hasil analisis reliabilitas konstruk dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas *Construct*

	Item Statistics		
	Mean	Cronbach's Alpha	Keterangan
Internal	29.9500	.68671	Reliabel
Eksternal	29.8833	.85442	Reliabel
Strategi	29.8667	.86820	Reliabel
Entrepreneurial	29.8167	.62414	Reliabel
Kinerja	29.9000	.77657	Reliabel
Keunggulan bersaing	29.9500	.88671	Reliabel

Sumber: data yang diolah (2010)

Dari pengujian reliabilitas untuk semua konstruk variabel bebas dan variabel terikat diperoleh *coefisien Cronbach's Alfa* > 0.60 . yang berarti konstruk internal, eksternal, strategi, enterpreneurial, kinerja dan keunggulan bersaing bersifat reliabel. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden untuk dijawab/diisi dan kajian literatur (dokumentasi) berupa laporan atau catatan-catatan segala aktivitas di UKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui pengaruh variabel *internal* (X1), *eksternal* (X2), variabel *entrepreneur skill* (X3), strategi (X4) dan kinerja (X5) secara parsial terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang bedasarkan persamaan regresi sederhana dengan menggunakan bantuan SPSS versi 16 yaitu $Y = 3,876 + 0,431X1$, yang berarti bahwa koefisien regresi untuk variabel *internal* sebesar 0,031 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh positif antara variabel *internal* (X1) dengan daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Pengaruh variabel *eksternal* (X2) dengan daya saing (Y) ditunjukkan dengan persamaan $Y = 2,356 + 0,553 X2$

yang berarti bahwa koefisien regresi untuk variabel *internal* sebesar 0,553 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh positif antara variabel *eksternal* (X2) dengan daya saing UKM di Kabupaten Semarang.

Pengaruh variabel *Entrepreneur skill* (X3) dengan kepuasan kerja (Y) ditunjukkan dengan persamaan $Y = 2,880 + 0,237 X3$ yang berarti bahwa koefisien regresi untuk variabel *internal* sebesar 0,237 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh positif antara variabel *entrepreneur skill* (X3) dengan strategi yang ditetapkan UKM di Kabupaten Semarang. Pengaruh variabel strategi (X4) dengan daya saing (Y) ditunjukkan dengan persamaan $Y = 8,564 + 0,446 X4$ yang artinya bahwa koefisien regresi untuk variabel *internal* sebesar 0,446 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh positif antara variabel Kinerja (X4) dengan daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Pengaruh variabel Kinerja (X5) dengan daya saing (Y) ditunjukkan dengan persamaan $Y = 3,619 + 0,229 X5$ yang artinya bahwa koefisien regresi untuk variabel *internal* sebesar 0,229 dan bertanda positif. Hal ini berarti ada pengaruh positif antara variabel kinerja (X5) dengan daya saing UKM di Kabupaten Semarang.

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh variabel *Internal* (X1), *Eksternal* (X2), variabel *Entrepreneur skill* (X3), strategi (X4) dan kinerja (X5) secara simultan/bersama-sama terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan spss versi 16 adalah $Y = 3,886 + 0,113 X1 + 0,258 X2 + 0,358 X3 + 0,772 X4 + 0,814 X5$ Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut: Nilai koefisien regresi untuk variabel *internal* (X1) adalah sebesar 0,113 artinya bahwa ada pengaruh yang positif dari variabel *internal* terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Dengan demikian jika kondisi *internal* di UKM baik maka dapat meningkatnya daya saing UKM. Nilai koefisien regresi untuk variabel *eksternal* (X2) adalah sebesar 0,258 artinya bahwa ada pengaruh yang positif dari variabel *eksternal* terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Dengan demikian jika kondisi *eksternal* di UKM baik maka akan meningkatnya daya saing UKM.

Nilai koefisien regresi untuk variabel *entrepreneur skill* (X3) adalah sebesar 0,358 artinya bahwa ada pengaruh yang positif dari variabel *entrepreneur skill* terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Dengan demikian jika kondisi *entrepreneur skill* pemilik UKM baik maka akan meningkatnya daya saing UKM. Nilai koefisien regresi untuk variabel strategi (X4) adalah sebesar 0,772 artinya bahwa ada pengaruh yang positif dari variabel strategi terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Dengan demikian jika kondisi strategi yang diterapkan UKM baik maka akan meningkatnya daya saingnya. Nilai koefisien regresi untuk variabel kinerja (X5) adalah sebesar 0,814 artinya bahwa ada pengaruh yang positif dari variabel Kinerja terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Dengan demikian jika kondisi kinerja di UKM maka akan meningkatnya daya saing UKM.

Untuk menjelaskan *kontribusi* variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilihat pada nilai koefisien determinasi ($adj.R^2$) yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS versi 16 sebesar 0.896. Nilai tersebut menunjukkan bahwa keempat variabel bebas dalam penelitian ini mampu menjelaskan varian variabel terikatnya sebesar 8,96% dimana sisanya sebesar 10,4% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Sedangkan untuk melihat hasil pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut: Pengujian hipotesis antara variabel *Internal* (X1) terhadap daya saing yang diterapkan UKM diperoleh $T_{hitung} (2,709) > t_{tabel} (1,672)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara Faktor *internal* terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang (Y). Pengujian hipotesis antara variabel *Eksternal* (X2) terhadap daya saing yang diterapkan UKM diperoleh $T_{hitung} (5,011) > t_{tabel} (1,672)$ H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara Faktor *eksternal*, (X2) terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang (Y).

Pengujian hipotesis antara variabel *Entrepreneur Skill* (X3) terhadap daya saing yang diterapkan UKM, diperoleh $T_{hitung} (2,236) > t_{tabel} (1,672)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara Faktor *Entrepreneur Skill* (X3) terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang (Y). Pengujian hipotesis antara variabel strategi (X4) terhadap daya saing UKM, diperoleh $T_{hitung} (7,601) > t_{tabel} (1,672)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara faktor strategi (X4) terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang (Y). Pengujian hipotesis antara variabel kinerja (X5) terhadap UKM, diperoleh $T_{hitung} (6,649) > t_{tabel} (1,672)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif antara faktor kinerja (X5) terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang (Y).

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa variabel internal (X1), eksternal (X2), variabel *Entrepreneur skill* (X3), strategi (X4) dan Kinerja (X5) berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Hal ini dapat dijelaskan bahwa kontribusi faktor internal terhadap kinerja usaha kecil didukung oleh beberapa indikator seperti: desain produk yang *up to date*, pelayanan yang memuaskan, kapasitas produksi sesuai permintaan pasar, kesesuaian kualitas produk terhadap permintaan pasar, jumlah karyawan yang mendukung produksi, tersedianya dukungan masyarakat penyedia sumber daya keuangan, kecuali frekuensi promosi mandiri.

UKM biasanya mengikuti *event* pameran yang diselenggarakan pihak pemerintah sebagai aktivitas promosi dan kemampuan penelitian dasar mengenai potensi pasar yang akan dicapai tiap tahun untuk meningkatkan kapasitas produksi. Promosi yang tidak tepat sasaran menimbulkan pemborosan, pada akhirnya mengurangi tingkat keuntungan. Karena aktivitas promosi tidak selalu berefek positif bagi peningkatan profit dalam satu periode waktu tertentu.

Faktor eksternal berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil dan yang paling besar peranannya adalah pembeli. Hal ini jelas karena tingkat pembelian akan menentukan tingkat penjualan usaha dan tingkat keuntungan perusahaan. Sebaliknya, indikator-indikator yang tidak signifikan adalah biaya tetap yang efisien, variasi produk yang dihasilkan dan skala usaha, kondisi tentang pesaing, volume pembelian terhadap produk yang sudah dihasilkan, total pembelian terhadap produk perusahaan, tersedianya bahan baku pengganti dalam proses produksi, dan kebijakan pemerintah tentang pajak.

Biaya tetap yang rendah belum tercapai pada saat ini, akibatnya harga jual relatif tinggi dibanding dengan pesaing, pada akhirnya berdampak negatif terhadap daya saing produk usaha kecil. Variasi produk dan skala usaha yang lebih besar, memberi petunjuk bahwa usaha kecil yang ada saat ini produknya masih kurang bervariasi dengan skala usaha yang terbatas. Maka dari itu, pilihan konsumen terbatas sehingga tidak memenuhi selera konsumen yang bersifat heterogen. Salah satu faktor lainnya adalah adanya campur tangan pemerintah, faktor keberuntungan dan gangguan lingkungan Kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan hal ini mengenai regulasi pajak dan aturan mengenai upah minimum regional (UMR) merupakan indikator yang perlu mendapat perhatian dari pengelola usaha kecil dan pemerintah untuk mendorong tumbuh kembangnya usaha kecil.

Entrepreneurial skill berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha kecil. Hal ini memberi indikasi bahwa para pengusaha kecil di daerah ini sudah mulai mengoptimalkan faktor *entrepreneurial skill* sebagai seorang yang bisa menerapkan fungsi manajemen, percaya kekuatan diri sendiri dan berani mengambil risiko. Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Kamble (2010), bahwa kurangnya kemampuan manajerial dan ketidakmampuan menanggapi perubahan dan beradaptasi terhadap perubahan termasuk faktor-faktor penghambat keberhasilan usaha kecil.

Strategi berpengaruh signifikan terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang, Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, faktor-faktor yang diidentifikasi penting sebagai dasar daya saing menurut rankingnya dan signifikan adalah kualitas produk yang

tinggi, hubungan yang baik dengan pemasok, dan lebih inovatif dalam hal keistimewaan atau desain produk. Kedua, faktor-faktor daya saing yang signifikan hubungannya dengan pertumbuhan penjualan adalah hubungan yang baik dengan pemasok, perbaikan keterampilan karyawan, lebih mengutamakan desain, dan menggunakan teknologi otomasi. Kualitas produk, efisiensi biaya dan inovasi produk merupakan faktor-faktor kunci dalam mencapai daya saing tinggi di pasar internasional (Stanisavljev, 2009).

Kinerja signifikan pengaruhnya terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Hasil analisis membuktikan bahwa kinerja usaha kecil signifikan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha-usaha kecil di Kabupaten Semarang. Hal ini dapat dijelaskan adanya tiga pola hubungan: keunggulan bersaing menghasilkan kinerja unggul, keunggulan bersaing tanpa kinerja unggul, dan kinerja unggul tanpa keunggulan bersaing. Dengan anggapan kinerja usaha kecil yang diteliti relatif tinggi, maka pola terakhirlah yang sesuai dengan kondisi usaha kecil di Kabupaten Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara internal (X1), eksternal (X2), variabel *Entrepreneur skill* (X3), strategi (X4), dan kinerja (X5) terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang. Dengan demikian jika masing masing variabel ini meningkat maka daya saing UKM di Kabupaten Semarang juga meningkat. Jika perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumberdaya tersebut maka, ketiga sumber daya tersebut memberikan perusahaan *sustained competitive advantage*. Berkaitan sifat UKM hendaknya selalu berdasarkan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik. Dengan demikian seorang *entrepreneur* harus tetap berlandaskan pada kemampuannya menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijalankannya dapat berhasil dengan baik (Depositario, 2009). istilah *entrepreneurial skill* yang diartikan sebagai kemampuan *entrepreneur* dalam menjalankan usahanya berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, motivasi dan kepegawaian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel *internal* (X1), *eksternal* (X2), variabel *Entrepreneur skill* (X3), strategi (X4) dan kinerja (X5) terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang (Y). Dua, terdapat pengaruh positif secara simultan antara variabel *Internal* (X1), *Eksternal* (X2), variabel *Entrepreneur skill* (X3), strategi (X4) dan kinerja (X5) terhadap daya saing UKM di Kabupaten Semarang (Y).

Implikasi manajerial bagi perusahaan pertama, hendaknya pengelola usaha kecil perlu lebih memperhatikan indikator-indikator yang belum dikelola secara optimal, yaitu frekuensi promosi dan kemampuan penelitian dasar. Keikutsertaan usaha kecil dalam pameran produk perlu ditingkatkan dan kerjasama dengan institusi penelitian dan perguruan tinggi digalakkan. Kedua, strategi dalam mengelola lingkungan eksternal melalui *entrepreneurial skill* perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kinerja dan keunggulan bersaing usaha kecil. Ketiga untuk faktor eksternal khususnya harga relatif produk pengganti, konsentrasi pemasok, dan tingkat kenaikan harga umum berpengaruh kecil terhadap kinerja usaha kecil.

Berdasarkan hal tersebut, strategi biaya minimum perlu dilakukan sehingga dapat bersaing dalam harga jual dan kenaikan biaya akibat kenaikan harga umum termasuk harga input. Sementara diversifikasi pemasok perlu dilakukan untuk mengantisipasi ketergantungan pada satu atau sedikit pemasok. Keempat, untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk melakukan pengelompokan menurut jenis usaha, utamanya produk-produk unggulan di Kabupaten Semarang seperti *handicraft*, *furniture*, kuliner serta bordir. Implikasi teoritis yang disarankan bagi penelitian mendatang hendaknya menambahkan variabel skill SDM dengan dimensi pengetahuan dan keterampilan sehingga perusahaan mampu meningkatkan kompetensi SDMnya sebagai keunggulan melalui pelatihan, diklat dan lokarya *problem solving*.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarani, D. E. 2009. Analisis Pengaruh Kepercayaan Strategi Terhadap Kinerja Perusahaan Dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Tesis Tidak Dipublikasikan*. Universitas Diponegoro Semarang.
- El-Gohary, H. 2010. E-Marketing-A literature Review from a Small Businesses Perspective. *International Journal of Business and Social Science*. Vol. 1, No. 1, pp: 214-244.
- Hitt, M. A. 1995. Technological Transformation and the New Competitive Landscape. *Strategic Management Journal*. Vol. 16, pp: 7-19.
- Hussain, M. F. 2010. Environment for Innovation : Gaining Competitive Advantage. *African Journal of Business Management*. Vol. 5, No. 4, pp: 1232-1235.
- Kamble, R. R. 2010. Managerial Skills for Organizational Performance : An Analytical Study. *Indian Streams Research Journal*. Vol. 1, pp: 23-27.
- Najib, M. 2009. Competitiveness of Indonesian Small and Medium Processing Industry: Does the Location Matter?. *International Journal Business and Management*. Vol. 6, No. 9, pp: 57-67.
- Porter. 1992. *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Riyanti, B. D. P. 2003. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Stanisavljev, S., Dordevic, D & Cockalo, D. 2009. Analysis of Competitiveness of Domestic Enterprises on The Global Market. *Singidunum Journal of Applied Sciences*. Vol. 9, No. 1, pp: 1-8.
- Syarif. 2009. Kajian Kemanfaatan Perkuat untuk Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah (UMKM). *Jurnal pengkajian koperasi dan UMKM*. Vol. 1, No. 1.
- Tan, J & Litschert, R. J. 1994. Environment-Strategy relationship and its Performance Implications: An Empirical Study of Chinese Electronics Industry. *Strategic Management Journal*. Vol. 15, No. 1, pp: 1-20.