

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING UMKM
DI KABUPATEN REMBANG**

DIAN ANITA SARI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPPI Rembang

Email : dian.soekamto@gmail.com

SYAIKO ROSYIDI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPPI Rembang

Email : syaiko_r@yahoo.co.id

Abstract

The role of UMKM to the economic development of a region is very important, as well as with Rembang regency. Strengthening the competitiveness of UMKM become strategic effort in winning the competition between UMKM in a region. Therefore, finding the factors that affect the competitiveness of UMKM become necessary for the development of UMKM.

The purpose of this study is to determine the factors that affect UMKM in Rembang. Competitiveness factors are measured using product advantages, human resources, and product marketing using IT. The sample in this research is the leading sector of UMKM in Rembang such as Batik Lasem, Processed Fish, and Furniture. Sampling method using purposive sampling with the number of research respondents is 100 respondents. Data collection techniques with interviews, observations, and questionnaires. Data analysis method by conducting instrument test (validity test and reliability test), data analysis technique (multiple linear regression test, test of determination, and t-test).

Validity and reliability test is done with 30 respondents which are all valid and reliable results. Result of t-test proves that independent variable consisting of product superiority, human resources, and product marketing by using IT have a significant positive effect to competitiveness of UMKM. In F test, get result of significance value smaller than 0,05. This proves that simultaneously the independent variables affect the dependent variable. Determination test proves that product superiority, human resources, and marketing of products using IT affect the competitiveness of 56%, while the rest is influenced by factors outside the independent variable in this study.

Keywords: UMKM, Competitiveness, Featured Products

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. UMKM memiliki kekuatan terdepan dalam pembangunan ekonomi (Bank Dunia dalam Susilo, 2005). Selain itu, UMKM mampu memberikan kontribusi yang nyata bagi pertumbuhan ekonomi nasional, menyumbang produk domestik bruto serta penyerapan tenaga kerja di usia produktif.

Peranan UMKM di Kabupaten Rembang di pandang sangat strategis dalam memberikan sumbangan di bidang ekonomi dan sosial. Di bidang ekonomi, UMKM memberikan sumbangan PDRB sebesar 3,89% ditahun 2012 (BPS, 2013) dan sebesar 4,02% ditahun 2013 (BPS, 2014). Adapun dalam penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Rembang, pada tahun 2011 UMKM mampu menyerap 46.228 pekerja, tahun 2012 sebesar 64.251 pekerja, tahun 2013 sebesar 86.315 pekerja (www.pipprembang.com).

Besarnya kontribusi UMKM terhadap perkembangan ekonomi dan sosial menjadi perhatian khusus bagi Pemerintah Kabupaten Rembang. Banyaknya jumlah UMKM yang sedang berkembang harus diikuti dengan kemampuan daya saing yang memadai. Kemampuan daya saing UMKM terhadap produk yang dihasilkan menjadi hal yang wajib bagi para pelaku bisnis. Hal ini menjadi krusial seiring dengan diterapkannya *China ASEAN Free Trade Area* (CAFTA) pada bulan Januari 2010 serta pemberlakuan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015 oleh Pemerintah Indonesia. Dengan adanya kesepakatan CAFTA dan MEA membuka peluang perdagangan bebas antara Indonesia dengan China dan negara lain di wilayah Asia Tenggara. Perdagangan bebas yang sudah berlaku tersebut menjadi pekerjaan bersama bagi pemerintah pusat, pemerintah daerah serta para pelaku usaha termasuk pemilik UMKM untuk terus meningkatkan daya saing produksi lokal.

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing harus diawali dengan menemukan faktor penghambat perkembangan UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Darwanto menemukan dua masalah utama yang dihadapi oleh UMKM yaitu masalah finansial dan masalah non-finansial (organisasi manajemen). Permasalahan finansial meliputi ; 1) kurangnya kesesuaian (*mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM, 2) tidak adanya pendekatan sistematis dalam pendanaan UMKM, 3) biaya transaksi yang cukup tinggi, 4) kurangnya akses dana ke sumber dana yang formal, 5) bunga kredit untuk investasi maupun modal kerja yang cukup tinggi, 6) banyak UMKM yang belum *bankable*. Permasalahan dalam bidang non-finansial antara lain ; 1) kurangnya pengetahuan teknologi produksi dan *quality control*, 2) kurangnya pengetahuan akan pemasaran, 3) keterbatasan sumber daya manusia (SDM). Permasalahan-permasalahan yang timbul tersebut membuat daya saing UMKM menjadi terhambat. Akibatnya adalah produk yang potensial tetapi tidak memiliki daya saing menjadi kalah bersaing dalam pasaran.

Berdasarkan dari uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang mendukung daya saing para pelaku UMKM khususnya di Kabupaten Rembang. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel keunggulan produk, sumber daya manusia, dan pemasaran produk dengan menggunakan IT sebagai faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM. Dengan adanya telaah lebih lanjut mengenai faktor-faktor penentu daya saing tersebut, serta dukungan dari pemerintah daerah, diharapkan

UMKM di Kabupaten Rembang dapat memiliki nilai tambah serta berdaya saing sehingga produk-produk unggulan Kabupaten Rembang dapat bermunculan menjadi ikon di wilayah sendiri.

MASALAH DAN TUJUAN

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana keunggulan produk, sumber daya manusia, dan pemasaran produk dengan menggunakan IT dapat mempengaruhi daya saing UMKM di Kabupaten Rembang. Upaya pemecahan masalah ini bertujuan untuk mendapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM supaya dapat dijadikan referensi pengambilan kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Rembang untuk meningkatkan daya saing produk-produk lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian UMKM

Usaha kecil menurut kategori Biro Pusat Statistik (BPS; 2006) adalah industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang, industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih (BPS, 2007). Adapun definisi UKMKM menurut UU. No. 20 Tahun 2008 adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UMKM merupakan sentra pengembangan kegiatan ekonomi. Bappenas (2008) mengemukakan dua peranan UMKM dalam pembangunan. Pertama, peranan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM memiliki kemampuan untuk menyerap tenaga kerja yang cukup signifikan dibanding dengan usaha besar. Kedua, UMKM mampu mengurangi tingkat kemiskinan. Perkembangan UMKM di Indonesia berpotensi menciptakan pertumbuhan terpadu yang tidak hanya mengandalkan *trickle down effect*

berupa pertumbuhan ekonomi dan peningkatan lapangan kerja semata, melainkan juga dapat mendorong terwujudnya distribusi pendapatan yang lebih merata dan pengurangan tingkat kemiskinan.

Daya Saing UMKM

Daya saing adalah suatu konsep yang merujuk pada komitmen terhadap persaingan pasar untuk kasus perusahaan atau industri dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus Negara (Fitriani: 2015). Daya saing menjadi sangat penting baik untuk pelaku industri kecil, menengah maupun industri kecil termasuk UMKM. Pentingnya peran UMKM dalam mendorong perekonomian Indonesia harus diiringi dengan kesadaran untuk memperkuat UMKM dengan meningkatkan daya saingnya.

Pada persaingan industri di negara maju dan negara berkembang hal yang penting adalah kekuatan daya saing. Tambunan (2008) mengemukakan bahwa daya saing UMKM di Indonesia masih rendah. Rendahnya daya saing menyebabkan kelompok UMKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya karena kalah bersaing baik dengan usaha besar di Negara sendiri maupun barang impor dari Negara lain. Oleh karena itu, pemberdayaan UMKM sangat diperlukan guna meningkatkan daya saing sekaligus memenangkan persaingan global saat ini.

Menurut Fitriati (2014:3) pemberdayaan UMKM memerlukan prasyarat yang terencana, sistematis dan menyeluruh. Prasyarat tersebut meliputi : (1) penciptaan iklim usaha dalam membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya dan menjamin kepastian usaha disertai adanya efisiensi ekonomi; (2) pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM untuk meningkatkan akses sumber daya produktif; (3) pengembangan kewirausahaan dan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah; dan (4) pemberdayaan usaha skala mikro untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

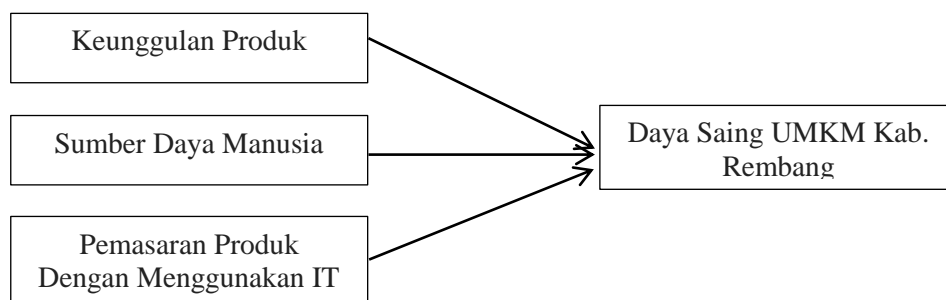
Dalam Fitriana (2015:3) untuk meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian masyarakat melalui UMKM, pemerintah menyusun Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJPN) tahun 2005-2025. RPJPN ini berisi Kerangka Pikir Pemberdayaan UMKM serta Koperasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada tataran makro, kebijakan perbaikan lingkungan usaha diperlukan agar terjadi peningkatan daya saing koperasi dan UMKM.
2. Pada tataran meso, pemberdayaan UMKM harus berfokus pada peningkatan akses UMKM (koperasi) terhadap sumber daya produktif untuk kepentingan perluasan usaha.
3. Pada tataran mikro, pemberdayaan UMKM (dan koperasi) harus memahami karakteristik dan perilaku pelaku usaha itu sendiri. Karakteristik dan perilaku usaha dapat menjadi modal awal bagi UMKM (dan koperasi) untuk memperbaiki tingkat daya saing usaha.

Menurut Tambunan (2008) terdapat beberapa faktor yang mendukung daya saing suatu industri, diantaranya adalah keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis), ketersediaan teknologi, ketersediaan informasi, dan ketersediaan input-input lainnya seperti energi, bahan baku, dan lain-lain. Dalam penelitian ini, faktor-faktor di atas diringkas menjadi keunggulan produk, sumber daya manusia dan pemasaran menggunakan IT.

Kerangka Pemikiran

Dari latar belakang dan telaah pustaka di atas, disusun kerangka penelitian sebagai berikut :



Gambar 1 – Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah adanya dugaan bahwa keunggulan bersaing, sumber daya manusia, dan pemasaran produk menggunakan IT berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Rembang baik secara simultan maupun parsial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan yaitu: pemilihan populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM di Kabupaten Rembang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive random sampling* dengan jumlah sampel sebesar 100 responden yang terdiri dari UMKM sektor unggulan Kabupaten Rembang (Batik Lasem, Olahan Ikan serta Mebel).

Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh informasi terkait data-data yang dibutuhkan digunakan teknik interview, observasi dan kuisisioner. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder.

Metode Analisis

a. Uji Instrumen

Uji instrumen mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *Korelasi Product Moment* dengan kriteria pengujian dikatakan valid apabila jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ atau tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. Uji reliabilitas dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* hasil perhitungan $> 0,7$, atau tidak reliabel apabila *cronbach alpha* hasil perhitungan $< 0,7$.

b. Teknik Analisis Data

1) Regresi Linier Berganda (*Multiple Regression Analisis*)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu untuk melihat pengaruh keunggulan produk, SDM, dan pemasaran secara IT terhadap daya saing UMKM. Model tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$TDS = \alpha + \beta_1 TKP + \beta_2 TSDM + \beta_3 TPSIT + e$$

Keterangan :

TDS = Daya Saing

TKP = Keunggulan produk

TSDM = SDM

TPSIT = Pemasaran dengan menggunakan IT

e = error

2) Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien adalah nol dan satu. Uji determinasi pada penelitian ini menggunakan determinasi *adjusted R²*. Interpretasi terhadap hasil koefisien determinasi *adjusted R²* adalah sebagai berikut :

a) Jika nilai koefisien *adjusted R²* semakin mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang diberikan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

b) Jika koefisien determinasi *adjusted R²* semakin mendekati nol, maka kemampuan variabel bebas memberikan informasi terhadap variabel terikat semakin kecil.

3) Uji signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t)

a) Hipotesis Statistik

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$: tidak terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$: terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Penerimaan dan penolakan hipotesis

H_1, H_2, H_3 , diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_1, H_2, H_3 , ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Dalam pengujian hipotesis ini digunakan uji signifikan koefisien dengan taraf signifikansi 5%. Apabila $Sig < (\alpha=0,05)$, maka H_a diterima. Sebaliknya, jika tingkat $Sig > (\alpha=0,05)$, maka H_a ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji instrumen yang dilakukan meliputi uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan 30 responden. Hasil dari uji validitas ditabulasikan sebagai berikut.

Tabel 1 – Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---------------------|------------------|--|------------|
| Daya Saing | .582 | .688 | 6 |
| Kualitas Produk | .874 | .875 | 5 |
| SDM | .718 | .757 | 6 |
| Pemasaran Secara IT | .870 | .870 | 5 |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, SDM dan pemasaran secara IT memiliki nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Items* $> 0,7$. Hal ini membuktikan bahwa ketiga variabel di atas reliabel. Sedangkan variabel daya saing memiliki *Cronbach's Alpha Based on Standardized Items* $< 0,7$, maka perlu dilakukan uji reliabilitas ulang karena hasilnya tidak reliabel. Uji reliabilitas ulang dilakukan dengan menguji 5 item pernyataan. Berikut adalah hasil uji reliabel variabel daya saing yang kedua.

Tabel 2 – Hasil Uji Reliabilitas Kedua Variabel Daya Saing

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .866 | .896 | 5 |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Setelah menghilangkan pernyataan yang pertama, diperoleh hasil *Cronbach's Alpha Based on Standardized Items* sebesar 0,896. Dengan begitu, nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Items* $> 0,7$, sehingga variabel daya saing dinyatakan reliabel.

Uji instrumen yang kedua adalah uji validitas. Berikut adalah ringkasan hasil uji validitas masing-masing variabel.

Tabel 3 – Hasil Uji Validitas Variabel Daya Saing

| Pernyataan | Signifikansi | Keterangan |
|------------|--------------|------------|
| 1 | 0.000 | Valid |
| 2 | 0.000 | Valid |
| 3 | 0.000 | Valid |

| | | |
|---|-------|--------------------------------------|
| 4 | 0.000 | Valid |
| 5 | 0.000 | Valid |
| 6 | 0.125 | Tidak Valid karena nilai Sign > 0,05 |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Tabel 4 – Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

| Pernyataan | Signifikansi | Keterangan |
|------------|--------------|------------|
| 1 | 0.000 | Valid |
| 2 | 0.000 | Valid |
| 3 | 0.000 | Valid |
| 4 | 0.000 | Valid |
| 5 | 0.000 | Valid |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Tabel 5 – Hasil Uji Validitas Variabel SDM

| Pernyataan | Signifikansi | Keterangan |
|------------|--------------|------------|
| 1 | 0.000 | Valid |
| 2 | 0.000 | Valid |
| 3 | 0.000 | Valid |
| 4 | 0.000 | Valid |
| 5 | 0.000 | Valid |
| 6 | 0.000 | Valid |

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Tabel 6 – Hasil Uji Validitas Pemasaran IT

| Pernyataan | Signifikansi | Keterangan |
|------------|--------------|------------|
| 1 | 0.000 | Valid |
| 2 | 0.000 | Valid |
| 3 | 0.000 | Valid |
| 4 | 0.000 | Valid |
| 5 | 0.000 | Valid |
| 6 | 0.000 | Valid |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari hasil di atas, indikator variabel daya saing terdapat pernyataan yang tidak valid, yaitu pernyataan ke-6 dimana memiliki signifikansi > 0,05. Sehingga perlu dilakukan uji validitas ulang dengan menghilangkan pernyataan ke-6. Sedangkan uji validitas pada

variabel kualitas produk, SDM dan pemasaran secara IT semua pernyataan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam mengukur kualitas produk, SDM dan pemasaran secara IT valid. Selanjutnya, dilakukan uji validitas ke-2 variabel daya saing dengan menghilangkan pernyataan ke-6. Berikut adalah hasilnya sebagaimana Tabel 7.

Tabel 7 – Hasil Uji Validitas Kedua Variabel Daya Saing

| Pernyataan | Signifikansi | Keterangan |
|------------|--------------|------------|
| 1 | 0.000 | Valid |
| 2 | 0.000 | Valid |
| 3 | 0.000 | Valid |
| 4 | 0.000 | Valid |
| 5 | 0.000 | Valid |

Sumber : Data primer diolah, 2017

Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, pernyataan dalam variabel daya saing dinyatakan valid.

Hasil Uji Regresi

Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk menjawab hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis yang dibuktikan adalah diduga keunggulan produk, SDM dan pemasaran secara IT berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Rembang. Adapun uji t dilakukan menggunakan software SPSS versi 21. Berikut disajikan hasil uji t.

**Tabel 7 – Hasil Uji T
Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 4.984 | 1.483 | | 3.360 | .001 |
| TKP | .433 | .091 | .425 | 4.756 | .000 |
| TSDM | .231 | .077 | .285 | 2.988 | .004 |
| TPSIT | .103 | .049 | .174 | 2.123 | .036 |

a. Dependent Variable: TDS

Dari uji t di atas, variabel keunggulan produk, SDM dan pemasaran secara IT memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai t bernilai positif serta semua signifikansi < 0,05. Adapun model regresi pada penelitian ini adalah:

$$TDS = 4,984 + 0,433TKP + 0,231TSDM + 0,103TPSIT$$

Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji F penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 8 – Hasil Uji F
ANOVA^b**

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 428.289 | 3 | 142.763 | 44.225 | .000 ^a |
| Residual | 309.901 | 96 | 3.228 | | |
| Total | 738.190 | 99 | | | |

a. Predictors: (Constant), TPSIT, TKP, TSDM

b. Dependent Variable: TDS

Dari hasil output SPSS di atas, nilai signifikansi < dari 0,05 dan nilai F sebesar 44,225. Hal ini membuktikan bahwa variabel-variabel independen (keunggulan produk, SDM dan pemasaran secara IT) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya saing.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji determinasi.

Tabel 8 – Uji Determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .762 ^a | .580 | .567 | 1.797 |

a. Predictors: (Constant), TPSIT, TKP, TSDM

Hasil uji determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam model mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 0,567 atau 56,7%, sedangkan 0,433 atau 43,3% dijelaskan di luar model penelitian. Dari hasil di atas, nilai $R^2 > 0,5$, hal ini membuktikan bahwa model penelitian cukup bagus.

PENUTUP

Kesimpulan

Upaya dalam penguatan daya saing UMKM di Kabupaten Rembang perlu sinergitas dari berbagai *stakeholder*. Pengembangan dan pemberdayaan UMKM juga perlu didukung oleh Pemerintah Kabupaten Rembang selaku regulator kebijakan. Dari hasil penelitian ini, terdapat faktor pendukung daya saing yang secara empiris sudah teruji. Faktor tersebut

adalah keunggulan produk, SDM dan pemasaran secara IT. Ketiga variabel tersebut perlu mendapat perhatian Pemkab Rembang. Upaya penguatan keunggulan produk dapat dilakukan dengan upaya membina UMKM akan kesadaran dan penguatan *branding* produknya. Banyak diantara pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan tentang pentingnya *branding* produk. Produk-produk UMKM banyak dijual secara curah tanpa ada merek. Tentunya hal ini tidak baik apabila dilakukan secara berkepanjangan. Faktor kedua yang mempengaruhi daya saing UMKM adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia merupakan kekuatan bagi UMKM dalam melakukan proses produksi. Penguatan *skill* bagi para pekerja menjadi strategi dalam pengembangan daya saing UMKM diantaranya adalah pelatihan *skill* SDM serta pemberian motivasi para pekerja. Selain keunggulan produk dan SDM, pemasaran menggunakan IT (WA, FB, BB, Internet, dll) merupakan penentu daya saing UMKM. Dari 100 responden yang digunakan sebagai objek penelitian, hanya sekitar 35% yang sudah memanfaatkan IT sebagai pendukung memperluas market UMKM. Persentase yang kecil ini harus mendapat perhatian mengingat perilaku konsumen saat ini lebih *comfortable* menggunakan *gadget* dalam melakukan transaksi. Dengan memperkuat daya saing UMKM yang diwujudkan dalam kebijakan Pemerintah serta dukungan dari *stakeholder* yang lain, diharapkan daya saing UMKM akan meningkat. Peningkatan daya saing ini tentunya berkorelasi dengan serapan pasar produk UMKM. Dalam jangka panjang, penguatan daya saing UMKM akan menjadikan produk-produk unggulan UMKM menjadi ikon Kabupaten Rembang.

Saran

Dari hasil uji determinasi, variabel daya saing dapat dipengaruhi oleh keunggulan produk, SDM dan pemasaran IT 56,7%, sedangkan 43,3% dijelaskan di luar model penelitian. Artinya, ada banyak faktor yang bisa ditemukan di luar penelitian ini yang dapat mendukung daya saing UMKM. Oleh karena itu, saran bagi peneliti selanjutnya adalah menemukan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi daya saing UMKM. Selain itu, UMKM yang dijadikan sebagai objek penelitian lebih baik spesifik (1 jenis UMKM) agar dapat mengetahui faktor penentu daya saing masing-masing produk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Rembang, *Indikator Sosial Ekonomi Kabupaten Rembang Tahun 2012*.
BPS Kabupaten Rembang, *Indikator Sosial Ekonomi Kabupaten Rembang Tahun 2013*.
BPS Kabupaten Rembang, *Rembang Dalam Angka Tahun 2012*.
BPS Kabupaten Rembang, *Rembang Dalam Angka Tahun 2013*.
Darwanto, *Membangun Daya Saing UKM Dalam Perekonomian Nasional*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

- Fitriati, Rachma, 2015, *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft Systems Methodology*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta
- Ghozali, Imam, 2012, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mahmudi, Aviv dan Muhamad Tahwin, 2016, "Penentuan Produk Unggulan Daerah Menggunakan Kombinasi Metode Ahp Dan Topsis (Studi Kasus Kabupaten Rembang)", *Jurnal Informatika UPGRIS*, Volume 2 No 2 Edisi Desember 2016.
- Nurain, Fitri, Rieska Maharani dan Andrianto, 2016, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016*.
- Rifai, Mien. A, 2005, *Pegangan Gaya Penulisan Penyuntingan dan Penerbitan Karya Imlian Indonesia*, Gajahmada University Press, Yogyakarta.
- Siagian, Sondang, 2012, *Manajemen Strategik*, Bumi Aksara, Jakarta
- Solihin, Ismail, 2012, *Manajemen Strategik*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung
- Susilo, Y. Sri, 2010, Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA, *Buletin Ekonomi* Vol. 8, No.2. halaman 70-170.
- Tambunan, Tulus, 2008, Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM, diakses melalui www.kadin-indonesia.or.id pada 06 Agustus 2015
- www.ppiprembang.com
- www.bpsrembang.com