

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

a. Pengertian UMKM.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut :

- 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 perorangan 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.

Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menkop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI), adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 - Rp 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 - 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 - 99 orang. Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omzet per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau aset/aktiva setinggi tingginya Rp 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari : (1) bidang usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi) dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).

b. Karakteristik UMKM.

Karakteristik Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sifat atau kondisi sebenarnya yang melekat pada usaha maupun perilaku pengusaha yang bersangkutan dalam menjalankan usahanya. Karakteristik inilah yang menjadi pembeda antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya baik mikro, kecil ataupun menengah (Bank Indonesia, 2015). Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6 kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

- 1) Kriteria Usaha Mikro yaitu :
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00.
- 2) Kriteria Usaha Kecil yaitu :
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00.
- 3) Kriteria Usaha Menengah yaitu :
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00

2. Daya Saing

a. Pengertian daya saing.

Ada beberapa definisi tentang daya saing, yaitu sebagai berikut:

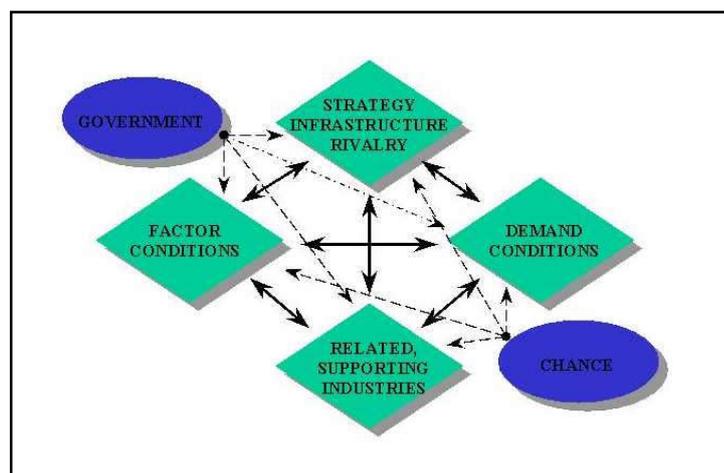
- 1) Menurut *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* menyebutkan bahwa daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah untuk menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena itu daya saing industri merupakan fenomena di tingkat mikro perusahaan, maka kebijakan pembangunan industri nasional didahului dengan mengkaji sektor industri secara utuh sebagai dasar pengukurannya.
- 2) *World Bank* (2009), misalnya mendefinisikan daya saing sebagai proses perubahan dan peningkatan besaran nilai tambah per unit input.
- 3) *World Economic Forum* (2006) mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan suatu perekonomian untuk mencapai peningkatan produktivitas dan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.
- 4) Porter (1990) mendefinisikan daya saing sebagai produktivitas, yaitu nilai output yang dihasilkan oleh seorang tenaga kerja.

b. Konsep Daya Saing

Menurut Tambunan (2001) tingkat daya saing negara di kancan perdagangan internasional pada dasarnya amat ditentukan oleh dua faktor, yaitu faktor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan faktor keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Lebih lanjut, faktor keunggulan komparatif dapat dianggap sebagai faktor yang bersifat alamiah dan faktor keunggulan kompetitif dianggap sebagai faktor yang bersifat *acquired* atau dapat dikembangkan/ diciptakan. Selain dua faktor tersebut, tingkat daya saing negara sesungguhnya juga dipengaruhi oleh apa yang disebut *Sustainable Competitive Advantage* (SCA) atau keunggulan daya saing berkelanjutan. Ini terutama dalam kerangka menghadapi tingkat persaingan global yang semakin lama menjadi sedemikian ketat/keras atau *Hyper Competitive*. Menurut Delmayuni, dkk (2017) juga menyatakan bahwa konsep daya saing dibagi menjadi dua, yakni keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Kedua konsep ini pada dasarnya merupakan konsep keunggulan berdasarkan kemampuan untuk menggeser kurva penawaran ke kanan sebagai cara menurunkan harga. Hanya saja konsep keunggulan kompetitif dan kemampuan untuk menurunkan harga bukanlah satu-satunya cara, melainkan harus diikuti dengan berbagai aspek strategi lain yang terkait, baik dari segi produksi, konsumsi, struktur pasar dan kondisi industri itu sendiri. Untuk menghasilkan UMKM yang berdaya saing menurut Rusell dan Milliar dalam

Delmayuni, dkk (2014) ada lima komponen *competitive*, yaitu *Cost* (Biaya), *Quality* (Mutu), *Flexibilitas* (Fleksibilitas), *Delivery* (Pengiriman), dan *Inovation* (Inovasi).

Konsep keunggulan kompetitif yang terkenal dicanangkan oleh Porter (1990) yang mengemukakan bahwa daya saing industri dari suatu bangsa atau negara tergantung pada keunggulan dari empat atribut yang dimilikinya sesuai *model diamond porter* yang terdiri dari : (1) kondisi faktor, (2) kondisi permintaan, (3) industri terkait dan penunjang, dan strategi, struktur, (4) dan persaingan perusahaan. Keempat atribut tersebut secara bersama-sama dan ditambah dengan kesempatan, serta kebijakan pemerintah yang kondusif untuk mempercepat keunggulan dan koordinasi antar atribut tersebut; kesemuanya akan mempengaruhi kemampuan bersaing suatu industri di suatu negara (Suprihatin, 2005).



Sumber : Porter, 1990

Gambar 2. 1 Model Diamond Porter

3. Sumber Daya Manusia.

Menurut penelitian oleh Arini dan Nur (2017) daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien, selain itu UKM yang memiliki daya saing tinggi ditandai dengan kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang andal, penguasaan pengetahuan yang tinggi, dan penguasaan perekonomian.

Jesika (2012) menyatakan bahwa dengan melakukan pelatihan dan pengelolaan SDM dengan baik dapat berpengaruh signifikan terhadap daya saing UKM berorientasi ekspor terhadap daya saing UKM di DKI Jakarta. Sehingga SDM pada UKM tersebut dapat menghasilkan produk maupun jasa yang berkualitas dengan daya saing UKM yang tinggi.

4. Kreativitas Produk.

Menurut Anjaningrum (2018) Kreativitas produk merupakan kebaruan, keunikan dan kebernilaian suatu produk sehingga produk tersebut memiliki daya tarik yang tinggi bagi pelanggan. Bagi industri kreatif, kreativitas produk sangat dibutuhkan untuk menghadapi persaingan ketat di pasar global. Apalagi konsumen saat ini juga semakin selektif terhadap produk-produk yang dikonsumsi dan lebih memilih produk-produk yang unggul, unik, inovatif dan penuh kreasi. Bahkan, menurut data PBB tahun 2003 dalam Departemen Perdagangan RI (2008), disebutkan bahwa 50% dari belanja konsumen di negara G7 adalah belanja untuk produk-produk hasil industri kreatif.

Menurut Hadiyati (2011) mendefinisikan kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang benar, tepat, bermanfaat dan bernilai terhadap suatu tugas yang bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan panduan, pedoman atau petunjuk yang akan menuntun kita untuk mempelajari dan menemukan suatu hal baru. Definisi lain menyebutkan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menemukan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (Zimmerer, 2008).

5. Inovasi Produk

Menurut Undang-Undang Nomor 18 tahun 2002 Inovasi Produk adalah kegiatan penelitian, pengembangan, dan/atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.

Stephen dan Robbins (2010) mendefinisikan, inovasi produk sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa. Menurut penelitian Lestari, dkk (2019) Inovasi produk merupakan suatu proses kemampuan berfikir, keterampilan dan sumber daya dari pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk mengimplementasikan pemikiran dari ide-ide kreatif tersebut sehingga

menghasilkan suatu hal baru berbentuk produk, jasa, proses, cara baru, dan peluang.

6. Peran pemerintah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah telah menjadi bagian terpenting bagi pendorong perekonomian dan berperan secara unggul dalam menyerap tenaga kerja. Karena memiliki peran yang cukup penting, Usaha Mikro Kecil dan Menengah sudah selayaknya dilindungi oleh pemerintah dengan mengeluarkan kebijakan berupa Undang-Undang dan peraturan. Beberapa kebijakan yang sudah dikeluarkan oleh pemerintah di antaranya sebagai berikut:

- a. UU No.9 tahun 1995
- b. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/ MPR - RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah perlu di berdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang semakin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
- c. Peraturan Presiden Nomor 5 Tahun 2007 mengenai program kredit Usaha Kecil bagi pembiayaan operasional Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dan yang terbaru paket 4 kebijakan Ekonomi yaitu kebijakan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang lebih murah dan luas.
- d. Sesuai Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 pemerintah memberikan kebijakan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah misalnya

dengan memberikan pelatihan guna meningkatkan kinerja dan kualitas Sumber Daya Manusia guna meningkatkan daya saing.

Menurut penelitian oleh Suhartini dan Yuliawati (2015) berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan pada sentra industri batik Pamekasan, adapun kebijakan yang dikeluarkan dalam Model diamond Porter, yaitu :

- a. Pembinaan pengembangan sumber daya manusia berupa pelatihan desain dan motivasi kewirausahaan.
- b. Pembinaan peningkatan kemampuan teknologi berupa kemampuan teknologi dalam produksi dan kemampuan teknologi dalam bidang pemasaran.
- c. Memberikan fasilitasi akses permodalan.
- d. Memberikan fasilitasi pemasaran dengan mengadakan kegiatan pameran dan promosi.

B. Hasil Penelitian Terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih (2018) dengan menggunakan Teknik analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa adaptasi lingkungan usaha, Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap kualitas produk pada perajin anyaman pandan di kabupaten Jombang. Kualitas produk, adaptasi lingkungan usaha dan keunggulan Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada perajin anyaman pandan di kabupaten Jombang.

Penelitian yang dilakukan oleh Lasmaria, Susanti *et al* (2018) dengan menggunakan metode Analisis SWOT menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa Sumber Daya Manusia, bahan baku memiliki pengaruh positif terhadap daya saing batik Semarang, tetapi modal tidak berpengaruh positif terhadap daya saing.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi, Widiya *et al* (2018) dengan menggunakan metode Analisis Regresi Berganda menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa orientasi pasar, kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Orientasi pasar, inovasi produk, kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri kreatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Nuryanti S & Nurjaman (2017) dengan menggunakan *Cross sectional method* menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi dengan pengaruh yang kuat. Inovasi dan kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya saing dengan pengaruh yang kuat.

Penelitian yang dilakukan oleh Curatman, Aang *et al* (2016) dengan menggunakan metode *Path Anaysis* menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa orientasi strategik dan orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk. Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestri, Inda *et al* (2019) dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa inovasi, orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhartini & Yuliawati, Evi (2015) dengan menggunakan *teknik analisis* menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa faktor kondisi, faktor permintaan, faktor industri terkait dan dukungan, faktor strategi perusahaan dan persaingan, faktor pemerintah dan faktor peluang berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan daya saing pada sentra industri batik Pamekasan. Faktor pemerintah dan faktor peluang yang paling berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan daya saing pada sentra industri batik Pamekasan

Penelitian yang dilakukan oleh Lantu *et al* (2016) dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa terdapat enam variabel utama yang membentuk daya saing UMKM disuatu provinsi yaitu ketersediaan dan kondisi lingkungan usaha, kemampuan usaha, kebijakan dan infrastruktur, riset dan teknologi, dukungan finansial dan kemitraan, serta variabel kinerja.

Penelitian yang dilakukan oleh Septiani *et al* (2016) dengan menggunakan metode *partial least square* (PLS) menghasilkan temuan dalam penelitiannya bahwa laten *entrepreneurial marketing* berpengaruh positif secara langsung terhadap daya saing industri kecil alas kaki di Bogor. Peubah Laten kebijakan

pemerintah berpengaruh positif secara langsung pada laten *entrepreneurial marketing*, hal ini menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung antara kebijakan pemerintah terhadap daya saing melalui *entrepreneurial marketing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad *et al* (2018) dengan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) menghasilkan temuan dalam penelitiannya variabel faktor kondisi lingkungan industri, variabel faktor kondisi permintaan, variabel strategi industri pendukung, variabel peran pemerintah dan variabel faktor kesempatan berpengaruh terhadap daya saing. Untuk variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap daya saing dalam penelitian ini adalah variabel peran pemerintah. Terdapat satu komponen variabel yang tidak valid yaitu pada variabel industri terkait pendukung.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
1.	Roy Wahyuningsih (2018) - Pengaruh Adaptasi Lingkungan Usaha Dan Keunggulan Sumber Daya Manusia (SDM) Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Produk Anyaman Pandan di Jombang	Adaptasi Lingkungan, Keunggulan SDM, Keunggulan SDM, Keunggulan Bersaing	<i>Teknik Analisis Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Adaptasi lingkungan usaha, Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap kualitas produk pada perajin anyaman pandan di kabupaten Jombang. Kualitas produk, adaptasi lingkungan usaha dan keunggulan Sumber Daya Manusia berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing pada perajin anyaman pandan di kabupaten Jombang.

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
2.	Susanti Lasmaria <i>et al</i> (2018) - Analisis Faktor Produksi Terhadap Daya Saing Batik Semarang	SDM, Bahan Baku, Modal, Daya Saing	<i>Analisis SWOT</i>	Sumber Daya Manusia, bahan baku memiliki pengaruh positif terhadap daya saing batik Semarang tetapi modal tidak berpengaruh positif terhadap daya saing.
3.	Widiya Dewi & Agus Purnomo Sidi (2018) - Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Kreatif Yang Tergabung Dalam <i>Malang Creative Fusion</i>)	Orientasi Pasar, Kreativitas, Inovasi, Keunggulan Bersaing	<i>Analisis Regresi Berganda</i>	Orientasi pasar, kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Orientasi pasar, inovasi produk, kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri kreatif.
4.	B Lena Nuryanti S & Jajang Nurjaman (2017) - Pengaruh Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha	Kreativitas, Inovasi, Daya Saing	<i>Cross Sectional Method</i>	Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi dengan pengaruh yang kuat. Inovasi dan kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya saing dengan pengaruh yang kuat.
5.	Aang Curatman <i>et al</i> (2016) - Analisis	Orientasi Strategik, Orientasi	<i>Path analysis</i>	Orientasi strategis dan orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk. Inovasi

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
	Faktor-Faktor Pengaruh Inovasi Produk Yang Berdampak Pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan Dan Minuman Di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon	Ipasar, Inovasi Produk.		produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.
6.	Inda Lestri <i>et al</i> (2019)- Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner	Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan	<i>Partial least square</i> (PLS)	Inovasi, orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di wilayah Cilandak Barat, Jakarta Selatan.
7.	Suhartini & Evi Yuliawati (2015) - Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Industri Batik Berbasis Diamond Porter Modelling	Kondisi, Permintaan, Industri Terkait Dan Dukungan, Strategi Perusahaan Dan Persaingan, Pemerintah, Peluang	<i>Teknik Analisis</i>	Faktor kondisi, faktor permintaan, faktor industri terkait dan dukungan, faktor strategi perusahaan dan persaingan, faktor pemerintah dan faktor peluang berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan daya saing pada sentra industri batik Pamekasan. Faktor pemerintah dan faktor peluang yang paling berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan daya saing pada sentra industri batik Pamekasan.

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
8.	Donald Crestofel Lantu <i>et al</i> (2016) - Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia (Validasi Kuantitatif Model).	Ketersediaan Dan Kondisi Lingkungan Usaha, Kemampuan Usaha, Kebijakan Dan Infrastruktur, Riset Dan Teknologi, Dukungan Finansial Dan Kemitraan, Serta Variabel Kinerja	<i>Partial least square</i> (PLS)	Terdapat enam variabel utama yang membentuk daya saing UMKM suatu provinsi yaitu ketersediaan dan kondisi lingkungan usaha, kemampuan usaha, kebijakan dan infrastruktur, riset dan teknologi, dukungan finansial dan kemitraan, serta variabel kinerja.
9.	Stevia Septiani <i>et al</i> (2016) - Pengaruh <i>Entrepreneurial Marketing</i> Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Daya Saing Industri Alas Kaki di Bogor.	Laten <i>Entrepreneurial Marketing, Kebijakan Pemerintah</i>	<i>Partial least square</i> (PLS)	Laten <i>entrepreneurial marketing</i> berpengaruh positif secara langsung terhadap daya saing industri kecil alas kaki di Bogor. Peubah Laten kebijakan pemerintah berpengaruh positif secara langsung pada laten <i>entrepreneurial marketing</i> , hal ini menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung antara kebijakan pemerintah terhadap daya saing melalui <i>entrepreneurial marketing</i> .
10.	Wakhit Ahmad <i>et al</i> (2018) - Perancangan Strategi Pengembangan Industri Kecil Dan Menengah Pada Sektor	Kondisi Faktor, Kondisi Permintaan, Strategi Perusahaan Dan Persaingan, Industri	<i>Partial least square</i> (pls)	Variabel faktor kondisi lingkungan industri, variabel faktor kondisi permintaan, variabel strategi industri pendukung, variabel peran pemerintah dan variabel faktor kesempatan berpengaruh

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
	Industri Alas Kaki di Kecamatan Cikupa Kabupaten Tangerang	Terkait Dan Pendukung, Peran Pemerintah, Faktor Kesempatan		terhadap daya saing. Untuk variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap daya saing dalam penelitian ini adalah variabel peran pemerintah. Terdapat satu komponen variabel yang tidak valid yaitu pada variabel industri terkait pendukung.
11	W. Fong-Silva <i>et la</i> (2018) – Business Competitiveness and its Association with Exogenous Factors in Plastic Recycling Companies of the Colombian Caribbean Coast	Komersialisasi, Manajemen Lingkungan	Analisis Relasional	Ada hubungan yang signifikan secara statistik antara Daya Saing Bisnis dan faktor eksogen komersialisasi. Tidak ada hubungan yang signifikan secara statistik antara Daya Saing Bisnis dan faktor eksogen Manajemen Lingkungan
12	Nurul Nadia Aziz & Sarminah Samad (2016) – Innovation Ana Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age Ni Foods Manufacturing SMEs in Malaysia	Keunggulan Bersaing, Inovasi, Usia Perusahaan	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Inovasi dan Usia Perusahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.
13	Hector Cuevas Vargas <i>et la</i> (2015) – The Use Of ICTs	Teknologi Informasi dan	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) berpengaruh positif

No	Penelitian	Variabel	Metode	Hasil
	Ana ITS Relation with The Competitivene ss of Mexican SMEs	Komunikasi (TIK)		terhadap daya Saing UKM
14	Manjeet Kharub & Rajiv Kumar Sharma (2016) – Investigasi The Role Of Porter Diamond Determinants For Competitivene ss in MSMEs	Daya saing, faktor kondisi, kondisi permintaan, industri terkait dan didukung, str uktur dan strategi perusahaan, dan pemerintah	<i>Percent Point Score (PPS)</i>	faktor kondisi, kondisi permintaan, industri terkait dan didukung, struktur dan strategi perusahaan, dan pemerintah berpengaruh terhadap daya saing UMKM
15	Ibiduni Ayodotun S <i>et al</i> – Examining The Moderating Effects of Entrepreneurs Demographic Characteristics on Strategic Entrepreneurial Orientations Ana Competitivene ss of SMEs	Daya Saing Orientasi Kewirausaha an, Karakteristik Pengusaha	<i>Regresi Berganda Heararki</i>	Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Pengusaha berpengaruh terhadap Daya Saing

C. Hipotesis

H₁ : Diduga sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap daya saing
UMKM pada sektor kerajinan di kabupaten Sleman

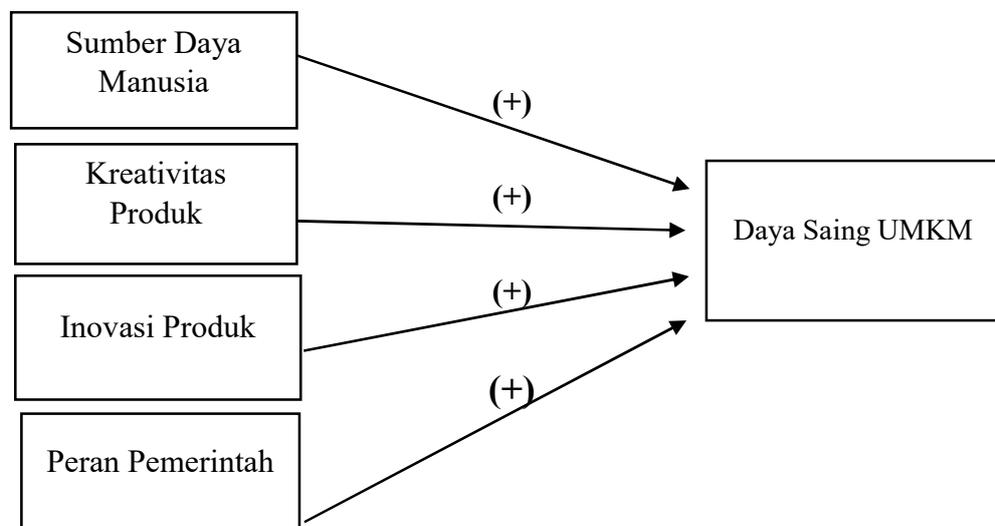
H₂ : Diduga kreativitas produk berpengaruh positif terhadap daya UMKM pada sektor kerajinan di kabupaten Sleman

H₃ : Diduga inovasi produk berpengaruh positif terhadap daya saing UMKM pada sektor kerajinan di kabupaten Sleman

H₄ : Diduga peran pemerintah berpengaruh positif terhadap daya UMKM pada sektor kerajinan di kabupaten Sleman.

D. Model Penelitian

Berikut ini merupakan kerangka pemikiran teoritis pada penelitian yang bertujuan untuk menganalisis determinan daya saing pada UMKM pada sektor Kerajinan di Kabupaten Sleman adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Model Penelitian