

ANALISIS KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM KOTA SURABAYA

Ayu Endah Wahyuni

Fakultas Teknologi Elektro dan Industri Cerdas, ITTS, Surabaya

Email: ayu.endah@ittelkom-sby.ac.id

Abstrak

Sebagian besar faktor yang menyebabkan daya saing UMKM masih rendah, yaitu kualitas sumber daya manusia UMKM masih rendah, yang dipengaruhi oleh faktor pendidikan dan pengetahuan manjerial yang berperan besar untuk peningkatan produktivitas UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan bersaing UMKM di Indonesia untuk mendukung produktivitas UMKM dalam berdaya saing. Responden penelitian ini adalah pelaku usaha di kota Surabaya. Sebagian besar pelaku usaha dikelola oleh perempuan, sebagian besar sektor kuliner banyak diminati oleh masyarakat dan sebagian besar pelaku usaha telah menempuh pendidikan tinggi. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pelaku usaha dapat mengoptimalkan produk yang berkualitas, akses supplier yang menghasilkan bahan baku yang murah dan pengelola usaha yang terampil. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi keunggulan UMKM dalam berdaya saing.

Kata Kunci: UMKM, Daya Saing, Keunggulan, Pelaku Usaha.

Abstract

Most of the factors that cause the competitiveness of MSMEs are still low, namely the quality of MSME human resources is still low, which is influenced by factors of education and managerial knowledge which play a major role in increasing MSME productivity. This study aims to analyze the competitive advantage of SMEs in Indonesia to support the productivity of SMEs in competitiveness. The respondents of this research are business actors in the city of Surabaya. Most of the business actors are managed by women, most of the culinary sector is in great demand by the community and most of the business actors have taken higher education. In addition, the results of this study indicate that business actors can optimize quality products, access suppliers that produce cheap raw materials and skilled business managers. This is expected to be the advantage of SMEs in being competitive.

Keywords: SMEs, Competitiveness, Excellence, Business Actors.

A. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting terhadap pemulihan perekonomian ketika pandemi covid 19. Sebagian besar pendapatan nasional dan penyerapan tenaga kerja diperoleh dari kontribusi UMKM. Namun, banyak tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia, berkaitan dengan daya saing. Salah satunya, pelaku usaha memiliki kesulitan dalam membangun dan mengelola merek produknya, berakibat kalah bersaing dengan produk yang sudah ada dipasar (Lestari et al., 2019; Oktapriani et al., 2020). Padahal penguatan branding produk lokal unggulan melalui pemakaian atau pembelian produk Indonesia dapat meningkatkan akses pasar domestik dan mendorong industrialisasi UMKM (Trihudyatmanto, 2019; Sinulingga et al., 2022). Kemudian, kinerja UMKM masih rendah terutama pada tingkat produktivitasnya, kontribusi ekspor dan jaringan produksi global.

Banyak aspek yang menyebabkan daya saing UMKM di Indonesia rendah, yaitu kualitas sumber daya manusia UMKM masih rendah, yang dipengaruhi oleh faktor pendidikan dan

pengetahuan manjerial yang berperan besar untuk peningkatan produktivitas UMKM. Selain itu, pelaku uaha kesulitan untuk mendapat modal dalam mengembangkan usahanya, serta rendahnya kesadaran pelaku usaha untuk melegalisasikan usahanya (Suhaeni, 2018; Nursanti et al., 2017). Disamping itu, sebagian besar pelaku usaha di Indonesia belum mampu dalam menguasai teknologi digital, berakibat kesulitan dalam akses pasar domestik dan international yang berpengaruh terhadap peningkatan daya saing (Syukron & Ngatno, 2016; Fahmi & Mudiantono, 2019).

Selain itu, keterbatasan infrastruktur dan peningkatan, serta biaya logisttik menjadi hambatan terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia. Kemudian, krisis finansial yang dirasakan pelaku usaha selama masa pandemi menyebabkan terjadinya penurunan permintaan secara keseluruhan yang berdampak pada kemajuan UMKM (Sulistyawati et al., 2018). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keunggulan bersaing UMKM di Indonesia untuk mendukung peningkatan produktivitas UMKM.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. UMKM

Berdasarkan Undang- Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

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 (Setyawati, 2013; Syifa, 2020).

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. Kriteria UMKM dibagi dalam beberapa kategori sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro: (Aset) Maks. 50 Juta, (Omset) Maks. 300 Juta
- b. Usaha Kecil: (Aset) > 50 Juta - 500 Juta, (Omset) > 300 Juta - 2,5 Miliar
- c. Usaha Menengah: (Aset) > 500 Juta - 10 Miliar, (Omset) > 2,5 Miliar - 50 Miliar

2. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah keunggulan atas pesaing yang didapat dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar, melalui harga yang lebih murah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Nizam et al. (2020) dan Narto (2020) mengklasifikasikan strategi keunggulan dalam tiga kategori, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Keunggulan biaya adalah bagaimana perusahaan menetapkan harga paling rendah dibanding pesaingnya namun tetap tidak mengurair kualitas dari produk atau jasanya. Diferensiasi adalah bagaimana perusahaan dapat menciptakan produk atau jasa yang berbeda dengan pesaingnya. Fokus adalah perusahaan harus tertuju pada suatu segmen tertentu secara lebih mendetail. Strategi Porter mensyaratkan adanya penataan organisasi, prosedur pengendalian, sistem intensif yang berbeda. Perusahaan besar dengan akses sumber daya yang besar biasanya bersaing dengan landasan keunggulan biaya atau dengan diferensiasi, sedangkan perusahaan kecil sering bersaing dengan landasan fokus (Violinda, 2018; Afiyati et al., 2019; Manaming et al., 2018).

Daya saing memiliki empat dimensi, meliputi: biaya, kualitas, waktu dan penyampaian, serta fleksibilitas, yaitu: 1) Biaya merupakan salah satu dimensi daya saing yang menjadi

modal utama bagi perusahaan yang mencakup pembiayaan, terdiri dari: biaya produksi, kapasitas produksi; 2) Kualitas merupakan dimensi yang sangat penting, terdiri dari tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk; 3) Waktu merupakan dimensi daya saing yang meliputi waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi; dan 4) Fleksibel merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecapatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan (Feranita & Setiawan, 2018; Arbawa & Wardoyo, 2018).

C. METODE

Metodologi penelitian ini diawali dengan penentuan topik penelitian yang terdiri dari beberapa tahapan, antara lain: studi literatur pendahuluan, observasi data dan informasi, penentuan rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta batasan masalah. Output pada tahap ini adalah mengenai keunggulan bersaing pada UMKM di Kota Surabaya

Penelitian ini menggunakan instrumen angket survei dengan unit analisis UKM. Kuesioner terdiri dari tiga bagian utama, yaitu mengenai data informasi demografi responden, pertanyaan yang telah disusun berdasarkan operasionalisasi variabel. Pengolahan data menggunakan analisis deskriptif dengan jumlah data yang akan dikumpulkan sebanyak 117 responden UMKM.

Metodologi penelitian ini diawali dengan penentuan topik penelitian yang terdiri dari beberapa tahapan, antara lain: studi literatur pendahuluan, observasi data dan informasi, penentuan rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta batasan masalah. Output pada tahap ini adalah analisis keunggulan bersaing pada UMKM. Pengembangan model penelitian dilakukan dalam beberapa tahapan antara lain: penyusunan elemen-elemen model penelitian, operasionalisasi variabel dan penyusunan item pernyataan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas

Nilai reliabilitas pada item pertanyaan penelitian ini, yaitu 0,886. Data penelitian ini dapat dinyatakan reliable, karena hasil nilai cronbach alpha secara keseluruhan lebih dari 0,6. Sedangkan, nilai validitas pada item pertanyaan penelitian ini dilihat dari skor loading factor yang lebih dari 0,5. Data penelitian ini dapat dinyatakan valid karena skor loading factor lebih dari 0,5. Berdasarkan hasil uji reliabilitas dan validitas item pertanyaan penelitian ini, menunjukkan item pertanyaan yang disampaikan melalui kuesioner penelitian memberikan hasil yang sesuai dan dapat mengukur dengan semestinya (Azwar, 1986).

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

<i>Variabel</i>	<i>Item</i>	<i>Loading Factor</i>	<i>Cronbach alpha</i>
Competitive Advantage	CA1	0,881	0,886
	CA2	0,899	
	CA3	0,79	
	CA4	0,834	

2. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menghasilkan data demografi untuk mengetahui distribusi pelaku usaha sebagai responden penelitian. Berdasarkan Tabel 1, sebagian besar pelaku UMKM di kota surabaya berada disektor kuliner. Sebanyak 36% pelaku usaha memilih sektor kuliner sebagai bidang usahanya. Kemudian, sektor jasa sebanyak 34% diikuti sektor fashion 22% dan Otomotif 7,7%. Pada data tersebut menunjukkan sektor kuliner sangat diminati oleh pelaku usaha di Kota Surabaya. Pelaku usaha disektor kuliner banyak menjual makanan khas Surabaya seperti : rawon, lontong balap, rujak cingur, pecel dan tahu telur. Selain itu, pelaku usaha disektor fashion banyak menjual baju batik, tas dan sepatu. Kemudian, pelaku usaha disektor otomotif banyak menjual spare part kendaraan dan bengkel kendaraan. Setelah itu, pelaku

usaha disektor jasa banyak diminati setelah kuliner karena lebih mudah dilakukan, seperti jasa reparasi alat elektronik.

Sementara itu, sebagian besar pelaku usaha dikelola oleh perempuan sebanyak 59% dan laki-laki sebanyak 41%. Namun, sektor usaha yang dijalankan oleh perempuan tergolong pada usaha mikro, informal, serta memiliki keterbatasan dalam mengakses teknologi untuk memperluas pasar (Sari, 2020). Meskipun demikian, keterlibatan perempuan dalam usaha dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan pencari nafkah untuk keluarga (Nainggolan, 2016).

Disamping itu, sebagian besar pelaku usaha menempuh pendidikan tertinggi pada tingkat SMA sebanyak 68%, diikuti perguruan tinggi 32%, SD dan SMP sebanyak 0,9%. Hal ini menunjukkan pelaku usaha dikota Surabaya. Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pelaku usaha akan mempengaruhi produktivitas usaha. Oleh karena itu, pelaku usaha yang melalui jenjang pendidikan yang lebih baik, biasanya lebih terampil, mudah mendapatkan pengalaman dan menyerap pengetahuan baru.

Tabel 2. Demografi UMKM

Profil	Frekuensi	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	48	41
Perempuan	69	59
Sektor		
Kuliner	42	36
Fashion	26	22
Otomotif	9	7,7
Jasa	40	34
Pendidikan		
SD	1	0,9
SMP	1	0,9
SMA	79	68
PT	37	32

Apabila melihat dari hasil analisis deskriptif terhadap variabel competitive advantage. Pada Tabel 2, menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha setuju dan meyakini telah menghasilkan produk yang berkualitas dibandingkan pesaing (4,09). Produk yang dihasilkan diharapkan dapat berdaya saing dengan produk impor. Sementara itu, dimensi kualitas merupakan salah satu dimensi dari daya saing yang berkaitan dengan daya tahan produk dan tampilan produk (Muhardi, 2007).

Kemudian, pelaku usaha cukup setuju (3,92) bahwa bisnis mereka telah memiliki supplier yang menawarkan bahan baku yang lebih murah dibandingkan dengan pesaing. Hal ini berkaitan dengan pemilihan supplier yang tepat akan memberikan manfaat pada UMKM, yaitu penghematan biaya karena memperoleh bahan baku dengan harga yang murah, proses produksi berjalan lancar dan tepat waktu (Periwi, 2022). Selain itu, pernyataan ini berkaitan dengan dimensi biaya pada variabel daya saing, yang meliputi biaya produksi, persediaan dan kapasitas produksi (Muhardi, 2007).

Pelaku usaha menyatakan cukup setuju (3,82) bahwa mereka memiliki akses supplier terbaik. Supplier yang baik mempengaruhi dalam proses rantai pasok dapat berjalan dengan baik (Kurniawan, 2021). Oleh karena itu, UMKM harus dapat menjaga hubungan dan

mempertahankan supplier yang memiliki kinerja yang baik. Selain itu, supplier yang baik dan memiliki kinerja yang bagus merupakan kunci keberhasilan bisnis perusahaan.

Supplier yang baik merupakan kunci dari rantai pasokan yang berjalan baik. Oleh karena itu, menjaga hubungan yang baik untuk mempertahankan supplier yang berkinerja baik adalah kunci keberhasilan dari suatu bisnis.

Sementara itu, pelaku usaha cukup setuju (3,8) bahwa perusahaan mereka memiliki pegawai yang terampil dibandingkan dengan pesaing. Ketrampilan yang dimiliki oleh pengelola UMKM, menunjukkan kualitas sumber daya manusia. Hal ini bisa menjadi salah satu strategi dalam pembangunan bangsa untuk akselerasi pertumbuhan perekonomian. Kualitas sumber daya manusia merupakan salah satu faktor kunci dalam menghadapi persaingan global (Sugiarto, 2019; Pudyastuti & Saputra, 2021).

Tabel 3. Analisis Deskriptif Var. Competitive Advantage

Item	STS	TS	CS	S	SS	Mean	SD
CA1	2	9	31	41	34	3,82	0,996
CA2	1	7	25	51	33	3,92	0,901
CA3	3	6	29	52	27	3,8	0,939
CA4	1	5	17	53	41	4,09	0,86

Keterangan:

CA1. Perusahaan kami memiliki akses supplier terbaik yang mungkin tidak dimiliki oleh pesaing

CA2. Perusahaan kami memiliki supplier yang menawarkan bahan baku yang lebih murah dibandingkan pesaing

CA3. Perusahaan kami memiliki pegawai yang terampil dibandingkan pesaing

CA4. Perusahaan kami menyediakan produk yang berkualitas dibandingkan pesaing

E. KESIMPULAN

Pelaku usaha pada UMKM di Kota Surabaya sebagian besar dikelola oleh perempuan (69%), sektor kuliner banyak diminati oleh pelaku usaha (36%), serta sebagian besar pelaku usaha telah menempuh pendidikan tingkat SMA (68%). Hal ini menunjukkan bahwa, pelaku usaha sudah semakin berkembang diberbagai sektor dan peran perempuan dalam mengelola usaha semakin terlihat. Kemudian, kesadaran pelaku usaha untuk menempuh pendidikan tinggi sudah terlihat.

Demikian pula, sebagian besar pelaku usaha setuju dan meyakini bahwa mereka telah menghasilkan produk yang berkualitas. Produk berkualitas yang dihasilkan UMKM, diharapkan dapat berdaya saing. Setelah itu, UMKM memiliki akses supplier yang menjual bahan baku yang baik dengan harga yang murah, diharapkan dapat meningkatkan proses produksi yang berdampak pada kemampuan UMKM dalam berdaya saing. Disamping itu, pelaku usaha memiliki SDM yang terampil, diharapkan dapat menghasilkan produk yang berkualitas, dapat berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, A., Murni, S., & Hariadi, P. (2019). Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi pada Pengaruh Strategi Diferensiasi dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 21(3).
- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing: Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 56-75.
- Fahmi, A. K. A. F., & Mudiantono, M. (2019). Analisis Pengaruh Jaringan, Teknologi Informasi dan Komunikasi, serta Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja

- Usaha (Studi pada UMKM di Purwokerto). *Diponegoro Journal of Management*, 8(3), 74-84.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 54-70.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111-118.
- Manambing, A., Mandey, S., & Tielung, M. V. (2018). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran (Studi kasus UMKM Kuliner Tinutuan di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Narto, N., & Hm, G. B. (2020). Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48-54.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal EMA*, 5(2), 100-109.
- Nursanti, E., Handoko, F., & Vitasari, P. (2017). Penerapan Manajemen Berbasis Database dengan MS Access untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, 3(1), 1-4.
- Oktapriani, R., Muniroh, L., & Eldine, A. (2020). Pengaruh Promosi dan Online Marketing terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada UMKM Tas Desa Bojong Rangkas, Kabupaten Bogor). *PROSIDING LPPM UIKA BOGOR*.
- Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437-449.
- Setyawati, H. A. (2013). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen). *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 12(2).
- Sinulingga, J. E., Amelia, W. R., & Syahrial, H. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Digital Printing di Padang Bulan Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 51-66.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 57-74.
- Sulistiyawati, A. I., Indarto, I., & Saifudin, S. (2018). Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada UMKM Handycraft di Semarang. In *Prosiding Seminar Nasional Unimus* (Vol. 1).
- Syifa, F. L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing UMKM di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas). *Skripsi Program Sarjana Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*.
- Syukron, M. Z., & Ngatno, N. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 209-222.
- Trihudiyatmanto, M. (2019). Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM (Studi Empirik pada UMKM Pande Besi di

- Wonosobo). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 2(1), 22-32.
- Violinda, Q. (2018). Strategi dan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) (Case Study pada UMKM di Semarang). *Stability: Journal of Management and Business*, 1(1).