

## MENINGKATKAN DAYA SAING UKM DARI PRESPEKTIF TEKNOLOGI INFORMASI, PENGELOLAAN PENGETAHUAN, DAN STANDARISASI PRODUK (STUDI KASUS PADA UKM PENGRAJIN ALAT PERAGA/PERMAINAN EDUKATIF DI KLATEN)

Agus Pitoyo<sup>1</sup>, E. Suhartono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>AMIK Jakarta Teknologi Cipta

e-mail: <sup>1</sup>agusppitoyoo@gmail.com, <sup>2</sup>etnadiabpd@gmail.com

### ABSTRAK

Peran UKM di negara sedang berkembang masih relatif rendah, khususnya pada produk-produk manufaktur dan daya saing UKM yang rendah, sehingga UKM mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya karena kalah bersaing. Kondisi ini menjadi tantangan bagi UKM di Indonesia. Dalam kaitan ini, UKM dituntut untuk melakukan perubahan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh standarisasi produk, pengelolaan pengetahuan dan teknologi informasi terhadap peningkatan daya saing UKM Alat Peraga/ Permainan Edukatif (APE) di Klaten. Sampel responden ada sebanyak 100, terkumpul sebanyak 76 kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Normalisasi Data, Uji Kebaikan Model, Uji Hipotesis dengan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Standarisasi Produk dan Pengelolaan Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UKM. Sedangkan untuk Teknologi informasi masih kecil pengaruhnya dan bertolak belakang terhadap daya saing UKM. Hal ini berarti bahwa teknologi informasi yang dilakukan UKM saat ini masih kecil pengaruhnya terhadap peningkatan daya saing UKM.

Kata Kunci: Daya Saing UKM, Teknologi Informasi, Standarisasi Produk, Pengelolaan Pengetahuan

### 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UKM) telah lama dipahami memiliki peran signifikan bagi pembangunan ekonomi suatu negara. Di Indonesia UKM mempunyai peranan yang strategis dalam pembangunan, hal ini ditunjukkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025 yang dinyatakan bahwa untuk memperkuat daya saing bangsa, salah satu kebijakan pembangunan dalam jangka panjang adalah memperkuat perekonomian domestik berbasis keunggulan masing-masing wilayah menuju keunggulan kompetitif (Deputi UMKM, 2016).

Salah satu faktor penentu daya saing suatu produk adalah mutu (kualitas) produk itu sendiri. Untuk meningkatkan mutu produk maka performance produk tersebut harus mengacu dan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan atau standar. Standar berperan ganda, di satu sisi dapat dipakai sebagai alat bantu dalam perdagangan antar negara, pengakuan terhadap suatu standar (harmonisasi standar) antar negara-negara yang berdagang, dapat menghilangkan technical barrier. Sebaliknya penetapan standar nasional suatu negara dapat juga digunakan sebagai technical barrier yang berguna untuk melindungi produsen dalam negeri dari serbuan produk impor yang tidak bermutu [1].

UKM perlu menggunakan strategi pengelolaan pengetahuan untuk meningkatkan daya saing UKM dengan menerapkan IRSA (Identify, Reflect, Share dan Application) [2]. Tujuan penerapan konsep manajemen pengetahuan ini adalah untuk meningkatkan serta memperbaiki operasional perusahaan dalam mencapai keunggulan kompetitif. Selain itu, manajemen pengetahuan juga diterapkan untuk memperbaiki komunikasi diantara manajemen puncak dan pekerja untuk mempertahankan proses kerja serta menanamkan budaya berbagai pengetahuan dan mengimplementasikan sistem penghargaan berbasis kinerja [3].

Di lain pihak, ahli lain menyebutkan beberapa faktor internal yang menjadi penentu daya saing perusahaan, terutama UKM. Pada industri manufaktur, TI dapat mempercepat dan mempermudah penyelesaian pekerjaan. Dalam total waktu kerja yang sama, pekerja dapat menyelesaikan lebih banyak pekerjaan sehingga hal ini meningkatkan efisiensi waktu kerja, mempercepat cycle time dan meningkatkan output produksi. Disamping itu, keberadaan TI juga akan mengurangi kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh human error pada saat produksi, sehingga jumlah produk cacat berkurang dan output perusahaan juga bertambah. Dengan demikian terlihat peran-peran penting TI dalam meningkatkan daya saing [4].

Klaten merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Tengah yang kaya akan sentra-sentra kerajinan dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Salah satu wilayah di kabupaten Klaten yang memiliki usaha kecil dan menengah Alat peraga TK dan Alat Peraga/Permainan Edukatif (APE) adalah wilayah Pedan, tepatnya di desa Duri, Jetis Wetan, Pedan. Jumlah pemilik usaha alat peraga Edukatif di desa Duri, Jetis Wetan, Pedan ini berkisar antara 30 orang, dengan rata-rata jumlah perajin 3 – 10 orang, tergantung banyak sedikitnya pesanan. Pesanan akan banyak diperoleh setelah tahun ajaran baru, sebelum itu pesanan sangat sedikit [5]. Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh standarisasi produk, pengelolaan pengetahuan dan teknologi informasi berpengaruh terhadap daya saing UMKM.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

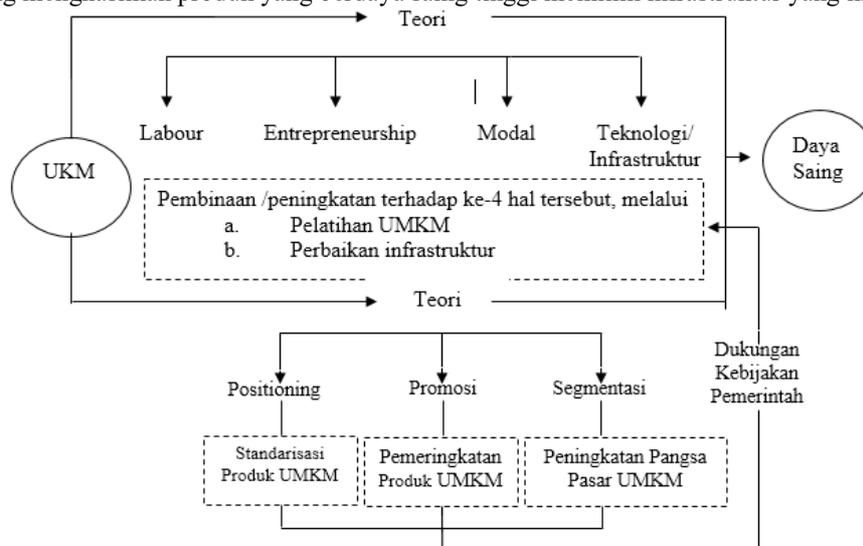
### 2.1. Daya Saing

Daya saing sebuah perusahaan merupakan kemampuan untuk mempertahankan posisi pasar dengan mensuplai produk secara tepat waktu dan pada harga yang kompetitif melalui fleksibilitas untuk merespon perubahan permintaan secara cepat dan melalui manajemen diferensiasi produk yang sukses dengan membangun kapasitas inovatif dan sistem pemasaran yang efektif [6].

Daya saing bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi unggul dalam hal tertentu yang dilakukan seseorang, kelompok atau institusi tertentu. Konsep daya saing juga dapat diterapkan pada level nasional tak lain adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai nilai output yang dihasilkan seorang tenaga kerja. Daya saing menurut Bank Dunia mengacu kepada besaran serta laju perubahan nilai tambah per unit input yang dicapai oleh perusahaan [7].

Menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang Standar Proses, dinyatakan bahwa daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud dalam Permendiknas No. 41 Tahun 2007 tersebut, diperjelas lagi yang meliputi: kemampuan memperkokoh posisi pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, dan kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

Berdasarkan pada teori produksi, agar diperoleh suatu produk yang memiliki daya saing, ada beberapa prasyarat utama yang harus dimiliki, yaitu tenaga kerja (labour), entrepreneurship, modal, dan teknologi juga infrastrukturnya [8]. Tenaga kerja, perusahaan yang menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi cenderung memiliki tenaga kerja dengan keahlian/pendidikan tinggi. Perusahaan yang menghasilkan produk berdaya saing tinggi cenderung memiliki tenaga kerja yang berjiwa entrepreneurship tinggi. Perusahaan yang menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi cenderung memiliki modal yang banyak. Perusahaan yang menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi cenderung memiliki/menguasai teknologi yang baik di bidangnya. Selain itu, perusahaan yang menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi memiliki infrastruktur yang memadai.



Gambar 1. Proses Peningkatan Daya Saing [8]

Indikator-indikator yang dipakai dalam variabel daya saing yakni pangsa pasar dalam negeri, nilai/harga produk, diversifikasi pasar domestik, dan kepuasan konsumen [9].

### 2.2. Usaha Kecil Menengah (UKM)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UU UMKM) Pasal 1 angka (1), (2), dan (3), Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau jasa badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam UU UMKM. 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 UU UMKM.

Adapun kriteria UMKM yang diatur dalam UU UMKM Pasal 6 ayat (1), (2), dan (3) adalah Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300 juta. Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50 juta – Rp. 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta – Rp. 2,5 miliar. Sedangkan Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500

juta – Rp. 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 miliar – Rp. 50 miliar.

### 2.3. Standarisasi Produk

Standarisasi merupakan suatu pelumas bagi kalangan industri modern. Pada perusahaan, tujuan utama standarisasi terletak pada kontribusinya terhadap hasil bisnis [10]. Sesuai atau tidaknya suatu hasil dengan standar tertentu dapat dibedakan melalui kesuksesan atau kegagalannya di pasaran. Tujuan utama standarisasi juga pada efektifitas serta efisiensi organisasi dimana bahwa standarisasi akan mengurangi biaya produk dan jasa. Tujuan umum standarisasi antara lain mengurangi peningkatan variasi produk dan prosedur dalam kehidupan manusia, memudahkan komunikasi, memberi kontribusi pada fungsi ekonomi keseluruhan, memberi kontribusi pada keamanan, kesehatan dan perlindungan hidup, melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat, serta meniadakan hambatan dalam perdagangan. Standar produk mengatur karakteristik teknis suatu produk untuk berbagai konteks keperluan. Beberapa keperluan yang penting adalah varitas produk, kompatibilitas atau interoperabilitas antar produk, persyaratan minimum produk, dan peringkat kualitas produk.

Indikator-indikator yang dipakai dalam variabel standarisasi produk adalah nilai tambah, partner strategis, teknologi dan respon pada pasar [11].

### 2.4. Pengelolaan Pengetahuan (Knowledge Management)

Pengakuan pengetahuan sebagai aset strategik mendorong diperlukannya manajemen pengetahuan. Manajemen pengetahuan (knowledge management) sendiri menjadi penting dan berperan dalam organisasi karena dapat menunjukkan inisiatif dan prosedur pengelolaan yang jelas, mudah dimengerti, dan komprehensif [2]. Dewasa ini manajemen pengetahuan menjadi salah satu faktor penggerak organisasi yang kompetitif dan berdaya saing. Sehingga diperlukan adanya strategi yang mendorong terciptanya manajemen pengetahuan yang berkesinambungan. Manajemen pengetahuan adalah pengelolaan pengetahuan organisasi untuk menciptakan nilai dan menghasilkan keunggulan bersaing atau kinerja prima. Menurut Knowledge Transfer International (KTI), mendefinisikan manajemen pengetahuan sebagai suatu strategi yang mengubah aset intelektual organisasi, baik informasi yang sudah terekam maupun bakat dari para anggotanya ke dalam produktivitas yang lebih tinggi, nilai-nilai baru, dan peningkatan daya saing. Menurut definisi ini, manajemen pengetahuan mampu mengajarkan kepada organisasi, dari mulai pimpinan sampai kepada karyawan mengenai bagaimana menghasilkan dan mengoptimalkan keterampilan sebagai entitas kolektif.

Sementara *The American Productivity and Quality Centre* mendefinisikan manajemen pengetahuan sebagai strategi dan proses pengidentifikasian, menangkap, dan mengungkit pengetahuan untuk meningkatkan daya saing [13]. Pada akhirnya, manajemen pengetahuan melibatkan tiga komponen utama yang saling bersinergi. Ketiga komponen utama tersebut yaitu: faktor orang (*people*), faktor proses organisasi (*organizational process*), dan faktor teknologi (*technology*). Persentase untuk faktor *people* dan *organizational process* sebesar 80% dan faktor *technology* sebesar 20% dalam infrastruktur pengetahuan [14].

Indikator-indikator yang digunakan dalam pengelolaan pengetahuan adalah pengalaman, pertimbangan, nilai, dan kepercayaan [15].

### 2.5. Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global [4].

Dalam perekonomian digital seperti sekarang ini, untuk mencapai keunggulan kompetitif penting sekali menekankan pada aspek kecepatan. Untuk mengatasi masalah kecepatan ini, beberapa tahun terakhir telah banyak perusahaan memanfaatkan teknologi informasi (TI) untuk mengoptimalkan proses bisnis yang dimilikinya. Di samping kecepatan, penggunaan TI dapat memberikan alat-alat yang dapat meningkatkan keberhasilan perusahaan melalui sumber-sumber keunggulan kompetitif tradisional perusahaan seperti biaya rendah, layanan pelanggan yang sangat baik atau manajemen rantai pasokan yang superior [16].

Indikator-indikator yang dipakai dalam variabel teknologi informasi adalah kecepatan, kemampuan pemrosesan informasi dan konektivitas komputer serta teknologi internet [17].

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1. Populasi dan Sampel

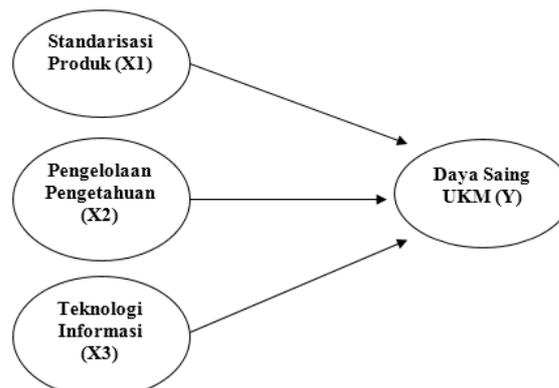
Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek dan obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah para pemilik UKM Alat Peraga/Permainan Edukatif di Pedan – Klaten. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi [18]. Pada penelitian ini metode pengambilan sampel

yang digunakan adalah metode sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner kepada para pemilik UKM Alat Peraga/Permainan Edukatif dengan menggunakan skala likert. Adapun dalam kuesioner yang akan disebarakan kepada responden menggunakan kuesioner, di mana kuesioner terdiri dari daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dipilih oleh responden dengan memilih jawaban dalam skala likert (1 – 7) yaitu mulai dari Sangat Tidak Setuju sampai dengan Sangat Setuju.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator
Standarisasi Produk (Gudmundsson dkk, 2004)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nilai Tambah</li> <li>▪ Partner Strategis</li> <li>▪ Teknologi</li> <li>▪ Respon pada Pasar</li> </ul>
Pengelolaan Pengetahuan (Setiarso, 2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengalaman</li> <li>▪ Pertimbangan</li> <li>▪ Nilai</li> <li>▪ Kepercayaan</li> </ul>
Teknologi Informasi (O'Brien, 2005)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kecepatan</li> <li>▪ Kemampuan Pemrosesan Informasi</li> <li>▪ Konektivitas Komputer</li> <li>▪ Teknologi Internet</li> </ul>
Daya Saing (Tambunan, 2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pangsa Pasar Dalam Negeri</li> <li>▪ Nilai/Harga Produk</li> <li>▪ Diversifikasi Pasar Domestik</li> <li>▪ Kepuasan Konsumen</li> </ul>

### 3.2. Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian

### 3.3. Metode Analisis Data

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda (multiple regression) digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel bebas metrik terhadap satu variabel terikat metrik [19]. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Daya Saing UKM (Y), sedangkan yang menjadi variabel independen yaitu Standarisasi Produk (X1), Pengelolaan Pengetahuan (X2) dan Teknologi Informasi (X3). Analisis linier berganda ini digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Persamaan yang terbentuk dalam analisis regresi berganda ini ditunjukkan pada persamaan (1).

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e \quad (1)$$

Dimana :

- Y = Daya Saing UKM
- A = Konstanta
- $b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi
- $X_1$  = Standarisasi Produk
- $X_2$  = Pengelolaan Pengetahuan
- $X_3$  = Teknologi Informasi
- e = Error

## 2. Menilai Goodness of Fit Suatu Model

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*-nya [19]. Secara statistik hal tersebut dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t.

Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted R<sup>2</sup>* negatif, maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dianggap nol. Secara matematis jika nilai  $R^2 = 1$ , maka *adjusted R<sup>2</sup>* =  $R^2 = 1$ . Sedangkan jika nilai  $R^2 = 0$ , maka *adjusted R<sup>2</sup>* =  $(1 - k) / (n - k)$ . Jika  $k > 1$ , maka *adjusted R<sup>2</sup>* akan bernilai negatif.

Uji statistik F dapat disebut juga dengan kebaikan model regresi (*goodness of fit*), yaitu : seberapa baik data sampel dalam suatu penelitian fit dengan model regresi yang diajukan dalam penelitian tersebut. Apabila model regresi cukup baik berarti pengujian dapat dilanjutkan ke tahap uji statistik t atau taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  ( $\alpha = 0,05$ ) dengan kriteria pengambilan keputusan *goodness of fit*.

## 3. Uji Paramater Model (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen [19]. Pengujian ini digunakan untuk menguji atau menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen (X) yaitu Standarisasi Produk (X1), Pengelolaan Pengetahuan (X2), dan Teknologi Informasi (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Daya Saing UKM.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda juga dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*). Berikut ini adalah hasil pengujian regresi linier berganda:

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,776	,710		8,137	,000
X1	,544	,080	,676	6,779	,000
X2	,329	,062	,456	5,346	,000
X3	-,171	,070	-,184	-2,431	,018

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

- Konstanta sebesar 5,776 menyatakan bahwa apabila variabel standarisasi produk, pengelolaan pengetahuan dan teknologi informasi dianggap tetap, maka daya saing UKM akan meningkat sebesar 5,776.
- Nilai koefisien standarisasi produk sebesar 0,544 menyatakan bahwa apabila standarisasi produk naik satu poin sedangkan variabel lain dianggap tetap, maka daya saing UKM diprediksi akan meningkat sebesar 0,544.
- Nilai koefisien pengelolaan pengetahuan sebesar 0,329 menyatakan bahwa apabila pengelolaan pengetahuan naik satu poin sedangkan variabel lain dianggap tetap, maka daya saing UKM diprediksi akan meningkat sebesar 0,329.
- Nilai koefisien teknologi informasi sebesar - 0,171 dan bertanda negatif menyatakan bahwa teknologi informasi mempunyai hubungan yang berlawanan arah. Apabila teknologi informasi naik satu poin sedangkan variabel lain dianggap tetap, maka daya saing UKM diprediksi turun sebesar 0,171.

### 4.2. Analisis Goodness of Fit

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) yang dinyatakan dalam persentase (%).

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,949 <sup>a</sup>	,900	,896	,82070

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada Tabel 3 tersebut menunjukkan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,896. Hal ini memiliki arti bahwa variabel terikat (*dependent*) yaitu daya saing UKM dapat dijelaskan oleh variabel bebas (*independent*) yang terdiri dari standarisasi produk, pengelolaan pengetahuan dan teknologi informasi sebesar 89,6% sedangkan sisanya 10,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Tabel 4. Hasil Uji Statistik F

Model	F	Sig.
1 Regression	216,226	,000 <sup>a</sup>
Residual		
Total		

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 4 tersebut dapat dilihat bahwa hasil uji statistik F adalah 216,226 dan nilai signifikansinya adalah 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan variabel independen yaitu, standarisasi produk, pengelolaan pengetahuan dan teknologi informasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu daya saing UKM, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 atau ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini baik.

#### 4.3. Uji Parameter Model (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah regresi yang diperoleh itu berpengaruh positif, negatif atau tidak berpengaruh serta menentukan apakah hipotesis yang diajukan berhasil diterima atau tidak dapat diterima.

Berdasarkan pada tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu standarisasi produk, pengelolaan pengetahuan dan teknologi informasi yang dimasukkan ke dalam model regresi memiliki nilai signifikansi masing-masing yaitu standarisasi produk sebesar 0,000, pengelolaan pengetahuan sebesar 0,000 dan teknologi informasi sebesar 0,018.

#### 4.4. Pembahasan

##### 1. Standarisasi Produk berpengaruh Positif terhadap Daya Saing UKM

Hasil regresi variabel standarisasi produk diperoleh nilai probabilitas 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  dapat diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas standarisasi produk terhadap variabel terikat daya saing UKM.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa standarisasi produk yang dilakukan oleh UKM APE di Klaten berpengaruh positif terhadap daya saing UKM. Oleh karena itu apa yang sudah dilakukan oleh UKM APE di Klaten terkait dengan standarisasi produk dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan kualitas standar produknya, agar produk dapat diterima di pasar, memiliki nilai tambah pada produk, dapat meningkatkan kerjasama strategis sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat di respon oleh pasar baik dalam negeri maupun luar negeri. Standarisasi produk diperlukan untuk menjamin performansi, kesesuaian, dan keamanan dari suatu produk yang dihasilkan maupun proses-prosesnya. Standarisasi inilah yang akan membedakan produk di pasaran, mana yang baik dan mana yang tidak baik.

##### 2. Pengelolaan Pengetahuan berpengaruh Positif terhadap Daya Saing UKM

Hasil regresi variabel pengelolaan pengetahuan diperoleh nilai probabilitas 0,000 yang menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  dapat diterima. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas pengelolaan pengetahuan terhadap variabel terikat daya saing UKM.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan pengetahuan yang dilakukan oleh UKM APE di Klaten berpengaruh positif terhadap daya saing UKM. Oleh karena itu pengelolaan pengetahuan yang sudah dilakukan oleh UKM APE di Klaten dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan dengan memberikan pelatihan maupun pengetahuan kepada karyawan secara rutin dan terus menerus agar karyawan dapat mengembangkan pengalaman, pengetahuan, ketrampilan maupun daya kreasinya agar produk yang dihasilkan menjadi lebih inovatif dan berdaya saing tinggi. Pengelolaan pengetahuan secara luas diartikan sebagai pengelolaan atau manajemen dari pengetahuan organisasi untuk menciptakan nilai bisnis dan membangun daya saing. Karena itu dengan pengelolaan pengetahuan yang baik organisasi mampu untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengaplikasikan pengetahuan ke segala macam kegiatan bisnis untuk pencapaian tujuan bisnis.

##### 3. Teknologi Informasi berpengaruh Positif terhadap Daya Saing UKM

Hasil regresi variabel teknologi informasi diperoleh nilai probabilitas 0,018 yang menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa baik  $H_0$  dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas teknologi informasi berpengaruh kecil dan bertolak belakang terhadap variabel terikat daya saing UKM.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa teknologi informasi yang dilakukan oleh UKM APE di Klaten berpengaruh kecil dan bertolak belakang terhadap daya saing UKM. Hal ini dapat diartikan bahwa selama ini para pemilik UKM APE di Klaten sudah memanfaatkan teknologi informasi hanya saja masih manual yaitu hanya dengan menggunakan HP dan masih sangat jarang yang menggunakan atau memanfaatkan jaringan internet. Oleh karena itu UKM APE di Klaten sebaiknya sudah mulai beralih dengan menggunakan teknologi

informasi seperti komputer yang terintegrasi dengan jaringan internet supaya pemilik UKM dapat secara langsung mengenalkan dan memasarkan produk-produknya tidak hanya di pasar domestik tetapi bisa sampai keluar negeri dengan memanfaatkan teknologi internet. Hal ini penting sekali bagi UKM supaya produk yang dihasilkan oleh UKM APE di Klaten dapat dikenal dan bersaing dengan produk-produk yang lain baik di pasar domestik maupun internasional. Karena teknologi informasi menggunakan teknologi komputer dan teknologi jaringan untuk menghasilkan berbagai produk yang praktis serta layanan informatika yang terintegrasi, memberikan kemudahan, dan bersifat global.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

- a. Standarisasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UKM. Hal ini berarti bahwa semakin baik standarisasi produk yang dilakukan oleh UKM akan meningkatkan daya saing UKM.
- b. Pengelolaan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UKM. Hal ini berarti bahwa semakin baik pengelolaan pengetahuan yang dilakukan oleh UKM akan meningkatkan daya saing UKM.
- c. Teknologi informasi berpengaruh kecil dan bertolak belakang terhadap daya saing UKM. Hal ini berarti bahwa teknologi informasi yang dilakukan UKM saat ini masih kecil pengaruhnya terhadap peningkatan daya saing UKM.

### 5.2. Saran

- a. Perlunya pendampingan dalam mengisi kuesioner kepada responden agar responden dapat memahami apa yang ditanyakan dalam kuesioner tersebut, karena ternyata masih banyak responden yang terkadang belum dapat memahami pertanyaan sehingga kesulitan dalam menjawab pertanyaan.
- b. UKM APE di Klaten sebaiknya sudah mulai beralih dengan menggunakan teknologi informasi seperti komputer yang terintegrasi dengan jaringan internet supaya pemilik UKM dapat secara langsung mengenalkan dan memasarkan produk-produknya tidak hanya di pasar domestik tetapi bisa sampai keluar negeri. Karena teknologi informasi menggunakan teknologi komputer dan teknologi jaringan untuk menghasilkan berbagai produk yang praktis serta layanan informatika yang terintegrasi, memberikan kemudahan, dan bersifat global, sehingga produk UKM dapat bersaing dengan produk lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arjadi, RH. dkk., *Langkah-Langkah Strategis Untuk Peningkatan Daya Saing Produk Elektronika*, Jakarta : LIPI Press, 2007, hal. 29
- [2] Yuliana Lisanti, Devyano L. 2014. The Design Of Knowledge Management System Model For SME (UKM). *Journal of Theoretical and Applied Information Technology* 30th June 2014. Vol. 64 No.3. 746 – 755.
- [3] Muttaqien, A. (2006). Membangun Perpustakaan Berbasis Konsep Knowledge Management: Transformasi menuju Research College dan Perguruan Tinggi Berbasis Internasional.
- [4] Rahmana, Arief. 2009. *Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah*, Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI), 2009.
- [5] Tri Hartiti R, Arsianti, Dwi Retno, dll. 2014. *IbM Industri Kecil Alat Peraga TK dan Alat Peraga Edukatif di Pedan Klaten*. No Publication. Universitas Negeri Yogyakarta.
- [6] Altenburg, T., Hillebrand, W., and Meyer Stamer, J. 1998. *Building Systemic Competitiveness: Concept and Case Studies from Mexico, Brazil, Paraguay, Korea and Thailand*. German Development Institute, Reports and Working Papers 3/1998, Berlin : German Development Institute
- [7] Daryanto, Arief dan Hafizrianda, Yundy (2010). *Model-Model Kuantitatif Untuk Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah : Konsep dan Aplikasi*, Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2010, hal. 11.
- [8] Rasbin dan Ginting, Ari M. Upaya Peningkatan Ekspor Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui Peningkatan Daya Saing Produk, *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, Vol 2, No. 1 Juni 2011.
- [9] Tambunan, Tulus T.H. 2008. “SME Development in Indonesia with Reference to Networking, Innovativeness, Market Expansion and Government Policy”. *ERIA Research Project Report 2007*, No. 5, March, Bangkok : ERIA
- [10] De Vries, Henk J. 1999. *Standardization : A Nusiness Approach to the Role of National Standardization Organizations*. Boston, Dordrecht, London : Kluwer Academic Publisher.
- [11] Gudmundsson, Agnar, Harry Boer, & Mariano Corso. 2004. The Implementation Process of Standardisation. *Journal of Manufacturing Technology Management*., Vol. 15 (4).
- [12] Ari Fajar, Iping Supriana, & Kridanto Surendro. 2014. Knowledge Management Pengetahuan. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*. Vol 1 No. 1 Desember 2014. 1 – 5.
- [13] Nawawi I. 2012. *Knowledge Management, Teori dan Aplikasi dalam Mewujudkan Daya Saing Organisasi Bisnis dan Publik*. Jakarta (ID) : Ghalia Indonesia.

- [14] Liebowitz J. 2012. *Beyond Knowledge Management, What Every Leader Should Know*. USA : CRC Pr
- [15] Setiarso, Bambang (2005), *Strategi Pengelolaan Pengetahuan Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM*, Proceeding, Seminar Nasional, 2005.
- [16] Widayanti, (2008). "Peran Teknologi Informasi untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif", *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, Vol 6, No. 1, April 2008.
- [17] James OBrien, George Marakas. (2010). *Management Information Systems, 10th Edition* 2010. Published by McGraw-Hill/Irwin.
- [18] Soegiyono (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung, CV. Alfabeta.
- [19] Ghozali, Imam (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- [20] Rianto, Y., Aminulla, E., Laksani, CS., Prihadyanti, D., Triyono, B., dan Handoko, L.T. 2007. *Peta dan Strategi Teknologi Informasi di UKM Manufaktur*. Jakarta: LIPI Press.
- [21] Skyrme, D.J. (2003). *Knowledge Management: Making Sense of an Oxymoron*
- [22] Tiwana, Amrit. 2000. "The Knowledge Management Toolkit Practical Techniques for Building a Knowledge Management System", Prentice Hall, Singapore.