

**PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN *E-COMMERCE*
TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



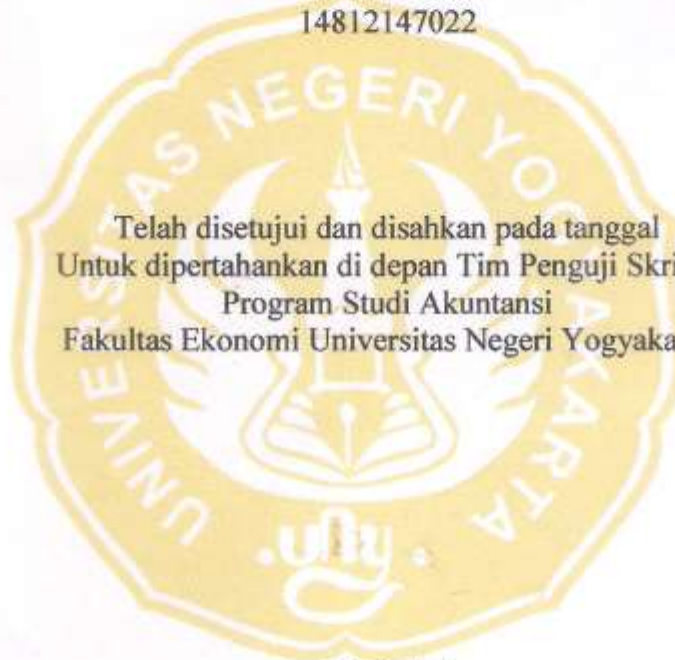
**Oleh :
NANI ERNAWATI
14812147022**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

**PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN *E-COMMERCE*
TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Oleh :
NANI ERNAWATI
14812147022



Telah disetujui dan disahkan pada tanggal
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siswanto'.

Siswanto, M.Pd.
19780920 200212 1 001

PENGESAHAN

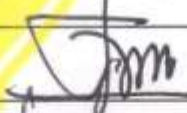
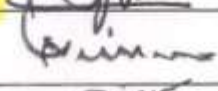
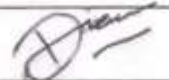
Skripsi yang berjudul :

PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN *E-COMMERCE* TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA

Oleh :
NANI ERNAWATI
14812147022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 05 Juni 2017
dan dinyatakan telah lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Abdullah Taman, S.E., M.Si., Ak	Ketua Penguji		22/06 2017
Siswanto, S.Pd M.Pd	Sekretaris		22/06 2017
Diana Rahmawati, S.E., M.Si	Penguji Utama		22/06 2017

Yogyakarta, 04 Juli 2017
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,



Dr. Sugiharsono, M. Si.
NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nani Ernawati

NIM : 14812147022

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat orang yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 05 Juni 2017

Penulis



Nani Ernawati

NIM. 14812147022

MOTTO

“Gantungkan Cita-Cita Mu Setinggi Langit, Bermimpilah Setinggi Langit, Jika
Engkau Jatuh, Engkau Akan Jatuh Di Antara Bintang – Bintang”

(Ir. Soekarno).

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”

(Aristoteles).

“Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka
terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja.

Mereka tidak menyia-nyiakan waktu untuk menunggu inspirasi”

(Ernest Newman).

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ibu Sunarni dan Bapak Suparjo, terima kasih atas kerja keras, doa, semangat serta motivasi yang selalu diberikan.
2. Kakak yang selalu mendukung setiap keputusan.

Terbingkis untuk :

- Adikku, Sriwahyuni yang telah memberikan dukungan dan semangat.
- Keluarga Besar kece bingo (Rina, Rizky, Heri, Resa, dan Nur Asyiah) yang selalu memberikan dukungan, waktu, dan doa sepanjang waktu untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- Sahabat-sahabat yang selalu memotivasi, menemani dan memberikan bantuan dalam pengerjaan Tugas Akhir ini, Eshi Ismayaningrum, Azimatul Khusniah, Rizka, Tya, Heni Kurnia, Illa Susilawati, Erich Lina, Risky Andi, dan Hesti.

**PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN *E-COMMERCE*
TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**

Oleh:

NANI ERNAWATI
14812147022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (2) Pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (3) Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif. Sampel pada penelitian ini adalah 216 UMKM di Kabupaten Sleman yang terdiri dari enam kecamatan yaitu: Depok, Ngemplak, Ngaglik, Pakem, Kalasan, dan Godean. Kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya sebanyak 30 sampel sebelum dilakukan pengumpulan data penelitian. Hasil uji validitas menunjukkan 30 pernyataan dinyatakan valid. Hasil reliabilitas menunjukkan variabel Daya Saing UMKM sebesar 0,699, Kesiapan Modal sebesar 0,724, dan Pemanfaatan *E-commerce* sebesar 0,660 yang dinyatakan reliabel. Uji prasyarat analisis meliputi uji linieritas, normalitas, uji multikolonieritas, . Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana untuk menguji hipotesis pertama dan hipotesis kedua dan analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis ketiga.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Kesiapan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta, hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r_{y1y}) bernilai positif sebesar 0,518, t_{hitung} sebesar 8,851 > dari nilai t_{tabel} 1,97 dan koefisien determinasi (r^2_{y1y}) sebesar 0,268, (2) Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta, hal ini ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r_{x2y}) bernilai positif sebesar 0,442, nilai t_{hitung} 7,202 > dari nilai t_{tabel} 1,97, dan r^2_{x2y} sebesar 0,195, (3) Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta, hal ini ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} 49,378 > dari nilai F_{tabel} sebesar 3,04 dengan $R^2_{y(1,2)}$ sebesar 0,317 dan $R_{y(1,2)}$ sebesar 0,563.

Kata Kunci : Kesiapan Modal, Pemanfaatan *e-commerce*, Daya Saing UMKM.

THE EFFECT OF CAPITAL READINESS AND THE USE OF E-COMMERCE ON THE COMPETITIVENESS OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM BUSINESS (UMKM) IN SLEMAN, YOGYAKARTA

By:

NANI ERNAWATI
14812147022

ABSTRACT

The research aims to identify: (1) the effect of capital readiness on the competitiveness of Micro, Small, and Medium Business. (2) the effect the use of e-commerce to competitiveness of Micro, Small, and Medium Business. (3) the effect of readiness capital and the use of e-commerce on competitiveness of Micro, Small, and Medium Business.

The research was causal comparative research. The sample of the research were 216 UMKMs in Sleman consisting of six districts namely: Depok, Ngemplak, Ngaglik, Pakem, Kalasan, and Godean. The questionnaire was tested its validity and reliability 30 UMKM before the data collection was conducted. Validity test result show 30 statements stated valid. Reliability test result show the competitiveness variable of UMKM is 0,699, the capital readiness is 0,724, and the use of e-commerce is 0,660 stated reliable. The test analysis is a prerequisite covering the linearity, normality, multicollinearity, heteroscedasticity test. The data analysis method used was simple regression analysis which was used to test the first and the second hypothesis and the analysis of multiple regression which was used to test the third hypothesis..

The results of the research were (1) The capital readiness has positive and significant influences against the competitiveness of UMKM in Sleman, Yogyakarta, it presented by the value of positive correlation coefficient was 0,518, t_{count} value which was 8,851 > the value of t_{table} which was 1,97 and determination coefficient (r_{2x1y}) was 0,268, (2) The Use of E-commerce has positive and the significant influence against the competitiveness of UMKM in Sleman, Yogyakarta, it presented by the value of positive correlation coefficient was 0,442, t_{count} which was 7,202 > the value of t_{table} which was 1,97, and determination coefficient (r_{2x2y}) was 0,195, (3) There is a positive and significant influence on the capital readiness and the use of e-commerce against competitiveness of UMKM in Sleman, Yogyakarta, this is presented by the value of F_{count} which was 49,378 > the value F_{table} which was 3,04 with $R^2_{y(1,2)}$ 0,317 and $R_{y(1,2)}$ 0,563.

Keywords: *capital readiness, the use of e-commerce, the competitiveness of Micro, Small, and Medium Business (SMEs).*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis hadiahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, berkah, rahmat serta hidayah-Nya untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Tugas skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian prasyarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tentunya banyak terjadi kendala dan hambatan. Akan tetapi berkat bimbingan, dukungan, dan pengarahan dari berbagai pihak, tugas akhir ini mampu terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd. selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Indah Mustikawati, M.Si. Ak.CA selaku Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Siswanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan serta bimbingan dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Diana Rahmawati, M.Si., narasumber yang telah memberikan banyak masukan dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.

6. Abdullah Taman, S.E., M.Si.,Ak, ketua penguji yang telah memberikan dan memandu dalam jalannya penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan Staf Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi.
8. Semua pihak yang telah memberikan saran dan bantuan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan mereka dicatat sebagai amalan terbaik oleh Allah SWT. Penulis sadar akan banyaknya kekurangan dalam menulis tugas akhir Skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Yogyakarta, 05 Juni 2017



Nani Ernawati
NIM : 14812147022

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Daya Saing UMKM.....	13
2. Kesiapan Modal.....	27
3. Pemanfaatan <i>E-Commerce</i>	34
B. Penelitian yang Relevan.....	43
C. Kerangka Berpikir.....	46
D. Paradigma Penelitian.....	48
E. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Desain Penelitian.....	50
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51
C. Variabel Penelitian	51
D. Definisi Operasional Variabel.....	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian	53
F. Teknik Pengumpulan Data.....	56
G. Instrumen Penelitian.....	57
H. Uji Coba Instrumen.....	59

I. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	73
B. Deskripsi Data Khusus.....	76
C. Analisis Statistik Deskriptif	77
D. Uji Asumsi Klasik.....	90
1. Uji Normalitas	90
2. Uji Linieritas.....	91
3. Uji Multikolinieritas	92
4. Uji Heteroskedastisitas	92
E. Pengujian Hipotesis.....	94
1. Uji Hipotesis pertama.....	94
2. Uji Hipotesis Kedua	96
3. Uji Hipotesis Ketiga	98
F. Pembahasan.....	100
1. Pengaruh kesiapan modal terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.....	100
2. Pengaruh pemanfaatan <i>e-commerce</i> terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.	102
3. Pengaruh kesiapan modal dan pemanfaatan <i>e-commerce</i> terhadap daya saing UMKM	104
G. Keterbatasan Penelitian.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
A. Kesimpulan	108
B. Implikasi.....	109
C. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Data UMKM	55
2. Skor Skala <i>Likert</i>	58
3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	58
4. Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen.....	61
5. Hasil Uji Reliabilitas	62
6. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	68
7. Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Wilayah.	73
8. Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Keberlangsungan Usaha.....	74
9. Distribusi Karakteristik Responden berdasarkan omset Per Bulan.	75
10. Rincian Penyebaran Kuesioner	76
11. Distribusi frekuensi Daya Saing UMKM.....	78
12. Distribusi Kecenderungan Data Variabel Daya Saing UMKM	80
13. Distribusi Frekuensi Kesiapan Modal	82
14. Distribusi Kecenderungan Data Variabel Kesiapan Modal.	84
15. Distribusi Frekuensi Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	87
16. Distribusi Kecenderungan Data Variabel Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	89
17. Hasil Uji Normalitas	90
18. Hasil Uji Linieritas	91
19. Hasil Uji Multikolinieritas	92
20. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Glejser	93
21. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	95
22. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	96
23. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Paradigma Penelitian.....	48
2. Diagram Lingkaran Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Wilayah.	74
3. Diagram Lingkaran Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Keberlangsungan Usaha.	75
4. Diagram Lingkaran Distribusi Karakteristik Responden berdasarkan omset Per Bulan.....	76
5. Histogram Distribusi Frekuensi Daya Saing UMKM.....	79
6. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Daya Saing UMKM	81
7. Histogram Distribusi Frekuensi Kesiapan Modal	83
8. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Kesiapan Modal.....	85
9. Histogram Distribusi Frekuensi Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	87
10. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Kuesioner Uji Instrumen	116
2. Tabel Data Uji Instrumen	121
3. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	123
4. Kuesioner dan Data Penelitian	131
5. Statistik Deskriptif	150
6. Uji Asumsi Klasik	152
7. Uji Hipotesis	157
8. Surat Keterangan Penelitian	162
9. T tabel	166
10. F tabel	170

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya suatu zaman tidak akan pernah lepas dari dunia bisnis. Bisnis yang semakin hari semakin diminati yaitu berupa membentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM mampu menjadikan perekonomian suatu daerah semakin membaik termasuk daerah Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Hal ini terlihat dari perkembangan UMKM mencapai 262 unit selama periode 2011 sampai 2015 yang telah terdata di PLUT (Pusat Layanan Terpadu Koperasi dan UMKM) DIY dengan berbagai jenis usaha mulai dari aneka usaha, perdagangan, industri pertanian serta non pertanian. Selain itu, UMKM juga mampu menyediakan lapangan kerja sebesar 97,2% dari total lapangan kerja yang tersedia dan menyumbangkan sekitar 56,5% pembentukan Produk Domestik Bruto pada tahun 2015. Tidak hanya itu, dalam perspektif global diakui bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah mampu bertahan menggerakkan ekonomi kerakyatan meskipun sedang dilanda krisis moneter. Seiring dengan perkembangan tersebut, usaha mikro, kecil, dan menengah dituntut untuk dapat bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Persaingan akan muncul ketika banyak dari pelaku bisnis yang memberikan keunggulan produk yang dihasilkan. Dengan begitu, daya saing akan muncul dengan sendirinya dalam memperbaiki kualitas produk atau usaha yang didirikan.

Keunggulan dari suatu produk dinilai dapat meningkatkan penjualan serta secara otomatis akan menunjang sektor ekonomi di lini kecil seperti,

mikro, kecil, dan menengah. Sektor ekonomi sendiri akan menjadi bagian terpenting dalam kemajuan suatu bangsa. Selain itu, keunggulan suatu usaha dalam melayani konsumen juga dibutuhkan agar mendorong pelaku bisnis untuk menciptakan daya saing tidak hanya dari segi produk yang dijual tetapi juga dari segi pelayanan yang diberikan.

Daya saing merupakan hal yang penting dalam menjalankan suatu bisnis/usaha. Adanya daya saing perusahaan bahkan UMKM akan mampu meningkatkan inovasi produk dan lainnya dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang terjadi. Daya saing memiliki sifat yang relative dikarenakan untuk menentukannya perlu pembandingan artinya daya saing tergantung pada siapa pesaingnya, bisa saja suatu waktu sebuah perusahaan memiliki daya saing yang tinggi tetapi di waktu lain ketika para pesaing berganti menjadi lebih kompeten maka daya saing akan menurun terhadap para pesaingnya. Adanya persaingan akan memunculkan daya saing yang bernilai positif bagi kemajuan. Dengan begitu, seseorang akan meningkatkan kualitas diri dari berbagai sisi dan mencoba mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada untuk meningkatkan daya saing. Hal yang sama juga terjadi di UMKM, bahwa daya saing UMKM memiliki peran yang cukup dominan dalam daerah tersebut.

Menurut Tulus T. Tambunan (2011) menjelaskan daya saing adalah konsep secara umum yang digunakan dalam ekonomi yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar artinya pelaku usaha memiliki kemampuan dalam bersaing mempertahankan produk yang dihasilkan di

pasaran. . Dengan kata lain, daya saing dapat diartikan kemampuan sesuatu atau seseorang untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara entitas sejenis dalam suatu lingkungan yang sama.

Menurut UU No. 20 tahun 2008 mengelompokkan UMKM menjadi beberapa kategori yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memiliki kriteria asset \leq 50 juta dan omset \leq 300jt. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang memenuhi kriteria 50 juta < asset \leq 500 juta omset sebesar 300 juta sampai \leq 2,5 miliar. Sementara usaha menengah adalah usaha produktif orang perorangan yang memiliki kriteria 500 juta < asset \leq 2,5 miliar dan 2,5 miliar < omset \leq 50 miliar. Dengan kata lain, UMKM merupakan usaha produktif orang perorangan yang memiliki kriteria sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Kebanyakan orang menyebutkan daya saing UMKM sama dengan daya saing perusahaan. Meskipun istilah daya saing sendiri digunakan pada berbagai bidang seperti daya saing perusahaan, daya saing daerah maupun daya saing UMKM. Semua istilah ini meskipun berbeda konteks tetapi memiliki makna yang sama yaitu kemampuan yang dimiliki setiap entitas untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan dan mengembangkan diri diantara entitas lain dalam suatu lingkungan sehingga dapat disimpulkan bahwa daya saing UMKM merupakan kemampuan UMKM untuk tumbuh dan berkembang dengan baik dalam menghasilkan produk dan jasa.

Sesuai survey yang telah dilakukan kepada UMKM di daerah Sleman, beberapa dari usaha mikro, kecil, dan menengah mengalami persaingan yang sangat ketat dalam merebut pasar. Hal ini dibuktikan dengan adanya persaingan dari segi harga, inovasi produk, maupun pelayanan yang diberikan untuk menarik konsumen. Saat ini, banyak dari UMKM yang lebih mementingkan harga murah tanpa memperhitungkan kualitas dari produk atau jasa itu sendiri. Sehingga UMKM hanya mendapatkan keuntungan jangka pendek. Inovasi yang beragam harusnya selalu dilakukan oleh UMKM untuk kemajuan usaha mereka. UMKM yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan pasar melalui harga dan inovasi, lambat laun akan mengalami penurunan omset. Ketatnya persaingan dalam memperoleh omset tersebut akan menjadi hal serius bagi UMKM. Apabila penurunan omset terjadi secara terus menerus maka UMKM mau tidak mau harus menambah modal untuk memperlancar operasional usaha tersebut. Tetapi banyak dari UMKM yang tidak memiliki modal yang cukup (modal minim). Pada saat UMKM tidak memiliki modal, UMKM tidak dapat merebut pasar atau memiliki daya saing yang rendah. Dengan kata lain, minimnya modal menjadi penyebab daya saing UMKM rendah.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dari daya saing UMKM menurut Annisa Diana Haq dalam penelitiannya yang berjudul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UKM di Kabupaten Bantul, yaitu, dari segi sumber daya manusia, keunggulan produk, inovasi, serta pemasaran dengan teknologi informasi. Sumber daya manusia diyakini dapat

meningkatkan daya saing UMKM. Maka dari itu diperlukan sumber daya manusia yang cukup handal dengan keterampilan yang dimiliki. Keterampilan ini didapat dari latar belakang pendidikan yang sesuai serta pengalaman yang cukup. Kontribusi dari keterampilan, pengalaman, dan latar belakang bisa menggali perspektif seseorang dalam mewujudkan keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah dan mengungguli pesaing lain.

Keunggulan produk yang dimiliki oleh UMKM harusnya memiliki keunikan tersendiri baik dari segi desain bentuk, warna maupun harga yang ditawarkan. Selain itu, inovasi diperlukan oleh pelaku UMKM untuk menarik konsumen dalam membeli produk yang kita hasilkan. Inovasi ini bisa dari kemasan produk yang diberikan, bahan baku, serta alat terbaru yang digunakan untuk memberikan nilai lebih dari produk yang dihasilkan.

Selain adanya SDM, keunggulan produk, dan inovasi yang mempengaruhi Daya Saing UMKM, ada hal lain yang perlu diperhatikan yaitu pemasaran dengan teknologi informasi. Pemasaran melalui teknologi informasi menjadi trend di kalangan pelaku usaha. Hal ini dikarenakan kemajuan teknologi yang semakin pesat sehingga mendorong pelaku bisnis khususnya UMKM untuk memanfaatkan teknologi tersebut melalui online dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Pelaku bisnis tidak dapat menolak internet untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan. Jika terjadi penolakan maka UMKM akan kesulitan mengembangkan produk yang dihasilkan kepada konsumen yang membutuhkan.

Adanya persaingan tentu membuat usaha mikro, kecil dan menengah harus mempersiapkan modal yang akan dijadikan peran penting dalam memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada di perusahaan. Modal ini tidak hanya berupa jumlah uang yang dibutuhkan tetapi juga kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi situasi dan kondisi pasar yang fluktuatif yang dinamakan dengan modal keahlian. Dengan modal, semua usaha mikro, kecil, dan menengah dapat melaksanakan aktivitas produksi dan aktivitas bisnis lainnya. Tanpa modal, usaha mikro, kecil, dan menengah tetap dapat berjalan tetapi hanya dapat melaksanakan aktivitasnya yang sangat terbatas. Pelaku usaha juga tidak dapat merebut pasar dengan baik apabila modal yang ada minim. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan adanya kesiapan modal akan mempengaruhi aktivitas produksi dan aktivitas bisnis lainnya sehingga membuat usaha mikro, kecil, dan menengah secara tidak langsung tidak dapat merebut pasar dengan barang dan jasa yang ditawarkan. Lambat laun UMKM akan mengalami penurunan omzet.

Menurut kamus psikologi kesiapan (*readliness*) adalah suatu titik kematangan untuk menerima dan mempraktekkan tingkah laku tertentu. Menurut ahli ekonomi, modal adalah kekayaan perusahaan yang dapat digunakan dalam kegiatan produksi selanjutnya. Modal merupakan suatu yang baik dalam bentuk uang atau bentuk lainnya yang digunakan dalam proses usaha untuk mencapai dan menghasilkan tujuan perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan. Dari pengertian tersebut bahwa pengertian dari kesiapan modal adalah suatu titik kematangan untuk dapat menerima dan

memberikan respon dalam proses usaha untuk menghasilkan keuntungan guna menjalankan kegiatan produksi selanjutnya.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Resdiana dan Gabriel menjelaskan adanya peningkatan daya saing UKM DIY terfokus pada masalah permodalan dan SDM. Selain itu, berdasarkan observasi dan wawancara bahwa ternyata pelaku UMKM banyak menemukan mengenai kurangnya atau minimnya modal yang dimiliki sehingga dalam pengembangan usaha menjadi terkendala atau menjadi hambatan. Yang menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha pelaku UMKM adalah minimnya modal.

Minimnya modal yang ada di Kabupaten Sleman memberikan keprihatinan tersendiri bahwa yang selalu menjadi masalah terkait meningkatkan daya saing adalah modal. Beberapa UMKM menyatakan bahwa mereka lebih memilih mengembangkan modal sendiri dibandingkan harus mendapatkan dari pihak ketiga. Hal ini dikarenakan persyaratan maupun prosedur untuk mendapatkan modal cukup panjang dan juga UMKM hanya mendapatkan jumlah yang terbatas. Sementara itu, UMKM hanya dapat bergantung pada hasil penjualan dari produk yang dihasilkan untuk mendapatkan uang kembali dan memutarkannya menjadi aktivitas produksi selanjutnya. Saat terjadi penurunan hasil penjualan, UMKM harus mencari alternatif lain menjalankan bisnisnya sehingga membutuhkan manajemen modal yang baik untuk menjalankan kegiatan bisnis.

Saat ini, bisnis online berkembang dengan cepat di kalangan masyarakat. Masyarakat secara tidak sadar menggunakannya dalam proses memenuhi kebutuhan mereka. Permintaan dalam memenuhi kebutuhan yang beragam dimanfaatkan oleh pelaku bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menyediakan layanan online. Pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menarik konsumen tanpa harus berkeliling mencari serta membayar jasa marketing dalam memasarkan produknya. Mereka hanya membutuhkan beberapa jaringan internet untuk terkoneksi dengan beberapa konsumen yang membutuhkan produk yang kita hasilkan. Penggunaan internet ini diyakini dapat meningkatkan omzet penjualan serta kemudahan dalam bertransaksi jual beli.

Memanfaatkan *e-commerce* atau yang sering disebut internet membuat para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di Kabupaten Sleman harus bekerja keras. Menurut Turban (2012) *e-commerce* adalah proses membeli, menjual, mengirim, atau menukar produk dan jasa serta informasi melalui jaringan komputer yang sebagian besar adalah internet. Pelaku bisnis merasa keberatan dengan bisnis online tetapi lambat laun pelaku harus berani mengambil resiko untuk terjun langsung di dunia maya (online). Keberanian untuk memanfaatkan *e-commerce* atau internet belum dirasakan oleh semua UMKM di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Pelaku bisnis sebagian besar masih menggunakan cara tradisional untuk menjual barang mereka dan tentunya melalui pemasaran yang minim pula. Salah satu alasan pelaku bisnis tidak memasarkan atau memanfaatkan system

jual beli online yaitu mereka malas untuk menekuni konsumen yang membeli produk mereka dengan jumlah yang sedikit. Selanjutnya, pelaku bisnis juga harus selalu mengecek pembayaran melalui mesin ATM. Alhasil, pelaku bisnis hanya memanfaatkan informasi yang diberikan oleh konsumen yang telah membeli produk sebelumnya. Sementara itu, letaknya yang jauh dari pusat kota juga menjadi kendala akses internet. Jaringan yang tidak stabil membuat pelaku bisnis harus menyediakan waktu yang lama dalam melayani konsumen. Ditambah dengan pengetahuan dalam memasarkan produk agar terlihat menarik dan memiliki khas/etnik berbeda sangat minim sehingga perlu tambahan tenaga kerja untuk mengurus konsumen yang membeli secara online. Beberapa pelaku bisnis di Kabupaten Sleman mempercayai bahwa penambahan tenaga kerja akan memberikan beban lebih terhadap operasional yang selama ini dijalankan sehingga harus menaikkan harga penjualan mereka.

Selain itu, peneliti oleh Aisyah dan Daulah menyebutkan adanya peningkatan daya saing dengan teknologi jaringan atau sering kita sebut dengan internet. Penelitian ini menyebutkan bahwa setiap usaha kecil perlu adanya internet untuk mengembangkan daya saing yang akan dilakukan. Dari berbagai permasalahan yang terjadi, penulis tertarik untuk melakukan kajian serta penelitian lebih lanjut untuk melihat pengaruh dari kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* melalui penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Daya Saing**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sleman Yogyakarta”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Daya saing sesama pelaku UMKM masih tergolong rendah dikarenakan modal yang didapatkan sangat minim.
2. *E-commerce* belum sepenuhnya digunakan untuk UMKM dikarenakan pemahaman yang minim.
3. Pelaku bisnis sebagian besar masih menggunakan cara tradisional untuk menjual produk yang dihasilkan.

C. Pembatasan Masalah

Tujuan dari pembatasan masalah ini agar penelitian lebih fokus dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada. Dalam skripsi ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian yaitu daya saing UMKM yang menitikberatkan pada besarnya omzet yang diterima pelaku bisnis sesuai dengan ketentuan UU No 20 Tahun 2008 untuk menjalankan usaha dengan modal dan pemanfaatan *e-commerce* yang telah dilaksanakan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kesiapan modal terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta?

2. Bagaimana pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* secara bersama-sama terhadap peningkatan daya saing di Kabupaten Sleman Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh kesiapan modal terhadap daya saing usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh kesiapan modal dan pengaruh pemanfaatan *e-commerce* secara bersama-sama terhadap daya saing usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan, referensi kepada penulis dan pembaca mengenai pengaruh kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

- b. Dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi kepada penelitian selanjutnya guna mengembangkan penelitian tentang akuntansi UMKM dan Manajemen Strategis.
- c. Dapat memberikan kontribusi pada pengembangan terhadap literature maupun penelitian selanjutnya di bidang akuntansi UMKM dan Manajemen Strategis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengaplikasikan teori yang selama ini didapatkan selama masa perkuliahan khususnya di bidang akuntansi UMKM dan manajemen Strategis.

b. Bagi Pelaku UMKM

Memberikan penjelasan tentang pentingnya meningkatkan daya saing mengenai pemanfaatan *e-commerce* dalam pelayanan UMKM dan mempersiapkan modal yang akan digunakan dalam mengoperasikan bisnis.

c. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta referensi terhadap penelitian yang sejenis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka

1. Daya Saing UMKM

a. Pengertian Daya Saing

Perusahaan yang mampu memproduksi barang dan jasa dengan kualitas baik akan mendapatkan daya saing. Dengan adanya daya saing berarti perusahaan tersebut mempunyai keunggulan. Keunggulan perusahaan akan menjadikan *survive* di dalam pasar persaingan dalam jangka waktu yang panjang. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektifitas suatu organisasi di pasar persaingan.

Saat perusahaan ataupun usaha itu didirikan, kita akan melihat banyaknya kemungkinan yang timbul dari pesaing lain. Hal ini juga menjadi pertimbangan suatu pelaku bisnis untuk bergerak maju dalam mempertahankan usahanya baik itu dari segi pelayanan maupun kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Pesaing akan berusaha untuk melihat kekurangan usaha lain dan memperbaiki dengan inovasi yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan begitu, perusahaan akan terlihat sebagai kompetitor yang baik dan berjuang dengan produk yang baru untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

Daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan di dalam ekonomi, biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan

pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus negara-negara (Tulus T. Tambunan, 2011:326). Sementara itu, pengertian menurut WEF menyatakan bahwa daya saing merupakan daya saing suatu negara atau perekonomian, bukan daya saing produk. Selaras dengan pengertian itu, daya saing merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif (Muhardi, 2007:39). Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dalam Kamus Bahasa Indonesia (2002) berpendapat bahwa daya saing merupakan kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak untuk merebut pasar. Dari ketiga definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa daya saing merupakan kemampuan sesuatu atau seseorang untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara entitas sejenis dalam suatu lingkungan yang sama untuk merebut pasar.

b. Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sudah banyak dikenal oleh masyarakat dan membutuhkan tindakan khusus untuk memaksimalkan daya saing. Masyarakat yang memiliki usaha tersebut akan selalu membuat perubahan-perubahan akan produk yang dihasilkan. Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria aset \leq Rp 50 juta dan omzet \leq Rp 300 juta.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri , yang dilakukan orang perorangan/ badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan/bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Rp 50 juta < aset ≤Rp 500 juta dan omset sebesar Rp 300 juta sampai ≤ Rp2,5 Miliar. Sementara itu, untuk 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 yang memenuhi kriteria Rp500 juta < Aset≤ Rp2,5 miliar dan Rp2,5 miliar < Omset≤ Rp 50 Miliar. Selaras dengan pengertian diatas, menurut Asian Development Bank (ADB) yang diperoleh dari www.adbtasme.or.id menetapkan batasan Usaha Kecil Menengah berdasarkan jumlah tenaga kerja dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Usaha Kecil : jumlah tenaga kerja antara 5 sampai 19 orang
- 2) Usaha menengah : jumlah tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang

c. Pengertian daya saing UMKM

Daya saing dapat dibedakan dalam berbagai tingkatan. Daya saing nasional mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memasarkan produk yang dihasilkan Negara terhadap kemampuan

Negara lain. Selain itu, terdapat beberapa daya saing daerah yang mempunyai arti yang sama dengan daya saing nasional, namun pada skala daerah. Suatu daerah yang dapat bersaing dengan daerah lainnya dalam memproduksi dan memasarkan barang dan jasa disebut dengan mempunyai daya saing tinggi (Joko Christanto, 2011:51). Daya saing daerah adalah kemampuan perekonomian daerah dalam mencapai pertumbuhan tingkat kesejahteraan yang tinggi dan berkelanjutan dengan tetap terbuka pada persaingan domestic maupun internasional (Abdullah, dkk.2002:15).

Daya saing UMKM sama dengan halnya daya saing perusahaan maupun daya saing daerah. Perbedaannya hanya terletak pada istilah yang digunakan tetapi maknanya tetap sama yaitu kemampuan yang dimiliki setiap entitas untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan dan mengembangkan diri diantara entitas lain dalam suatu lingkungan. Dalam analogi diatas, maka daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah adalah kemampuan suatu usaha mikro, kecil, dan menengah untuk tumbuh dan berkembang diantara entitas sejenis agar dapat merebut pasar, baik domestik maupun international dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan barang atau jasa yang diproduksi.

Porter (2010) menjelaskan adanya daya saing Industri Kecil Menengah diukur dengan menggunakan indeks yang dibentuk berdasarkan empat dimensi porteri. Hal ini untuk menjelaskan adanya

beberapa hal yang akan berdampak terhadap kegiatan dan daya saing UMKM. Beberapa dimensi itu dijelaskan sebagai berikut:

1) Dimensi kondisi faktor

a) Sumber Daya Manusia

Sumber daya ini akan dispesifikasi menjadi sebagai berikut:

- (1) Jumlah tenaga kerja yang tersedia di suatu perusahaan.
- (2) Kemampuan manajerial dan keterampilan yang dimiliki setiap orang
- (3) Biaya tenaga kerja yang berlaku (tingkat upah setiap wilayah)
- (4) Etika kerja.

b) Sumber Daya Fisik/Alam

Sumber daya ini mencakup biaya, kualitas, aksesibilitas, ukuran lokasi, ketersediaan air, mineral, dan energi sumber daya pertanian, perkebunan, kehutanan, perikanan dan sumber daya peternakan, serta sumber daya alam lainnya, baik yang dapat diperbaiki maupun tidak.

c) Sumber Ilmu Pengetahuan dan Ilmu Teknologi

Sumber ini mencakup dari pengetahuan ilmiah maupun dasar yang akan menunjang dalam memproduksi suatu barang dan jasa. Begitu pula ketersediaan sumber-sumber pengetahuan dan teknologi, misalkan ilmiah, basis data, laporan penelitian,

sumber pengetahuan, dan teknologi lainnya sehingga sumber-sumber ini akan menjadi beberapa pengikat untuk UMKM.

d) Sumber daya Modal

Sumber daya modal sangat dibutuhkan dalam berbagai kondisi. Sumber daya modal yang dimaksud mencakup jumlah dan biaya yang tersedia, jenis pembiayaan (sumber modal), kondisi lembaga pembiayaan dan perbankan, kondisi moneter dan fiscal dan peraturan keuangan.

e) Sumber Daya Infrastruktur

Sumber ini mencakup ketersediaan jenis, mutu dan biaya penggunaan infrastruktur yang akan mempengaruhi persaingan termasuk komunikasi, sistem transportasi. Pembayaran serta transfer dana.

2) Dimensi Kondisi Permintaan

Kondisi domestik merupakan faktor penentu daya saing industri, terutama pada mutu permintaan domestik. Sementara itu untuk mutu permintaan domestik merupakan sarana pembelajaran perusahaan-perusahaan domestik untuk bersaing di pasar baik global maupun pasar internasional. Suatu mutu permintaan dalam negeri memberikan tantangan bagi setiap perusahaan terlebih UMKM untuk bersaing sebagai tanggapan terhadap mutu persaingan pasar domestik yang semakin merebak di kalangan bisnis UMKM.

Ada beberapa faktor kondisi permintaan yang mempengaruhi daya saing industri nasional. Salah satu diantara disebutkan di bawah ini:

a) Komposisi permintaan domestik

(1) Antisipasi kebutuhan pembeli baik dari perusahaan dalam negeri merupakan satu poin dalam memperoleh keunggulan daya saing.

(2) Pengalaman dan selera pembeli yang tinggi akan meningkatkan tekanan produsen untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan memenuhi standar tinggi.

(3) Struktur segmen permintaan merupakan faktor penentu daya saing industri nasional.

b) Jumlah permintaan dan pola pertumbuhan

Jumlah permintaan dan pola pertumbuhan dilakukan jika industry dilakukan dalam skala ekonomis melalui adanya penanaman modal dengan membangun fasilitas skala besar, pengembangan teknologi dan peningkatan produktifitas untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan maupun skala UMKM.

Kekuatan daya saing sebuah bangsa/negara/ekonomi ditentukan oleh kekuatan pondasinya. Semakin kuat pondasi, maka semakin baik UMKM itu dapat bersaing dengan UMKM lain, dan terakhir ini

ditentukan oleh sejumlah pilar yang masing-masing mempunyai daya saingnya sendiri yaitu :

- 1) Pilar alam/fisik
- 2) Pilar perusahaan
- 3) Pilar inovator/inventor
- 4) Pilar pemerintah
- 5) Pilar masyarakat

Dalam studi ini, daya saing memiliki tiga karakteristik, yakni potensi, proses, dan kinerja. Selain itu ketiga karakteristik tersebut, daya saing juga dicirikan oleh orientasi jangka panjang, kontrolabilitas, relativitas, dan dinamika.

d. Faktor-faktor Penentu Daya Saing

Menurut Tambunan (2011) menyebutkan bahwa faktor-faktor penentu daya saing dari perusahaan ditentukan oleh beberapa faktor , diantaranya sebagai berikut ini.

- 1) Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja

Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja merupakan hal yang paling mendominasi suatu usaha. Hal ini diyakini dengan adanya kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu yang sifatnya spesifik, fokus namun dinamis (keahlian). Keahlian ini juga dipicu oleh adanya tingkat pendidikan pekerja. Semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin besar juga keahlian pekerja tersebut dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat.

2) Keahlian pengusaha

Keahlian pengusaha juga diperhatikan dalam usaha. Pengusaha harus memiliki keahlian yang lebih dengan pekerjaannya, diantaranya yaitu memiliki visi yang besar, ambisi untuk mencapai sesuatu, keberanian dalam berbagai hal serta kompetensi yang didukung dari tingkat pendidikan dan pengalaman. Dengan begitu keahlian pengusaha menjadi perhitungan dalam meningkatkan daya saing UMKM.

3) Ketersediaan modal

Ketersediaan modal ini merupakan seberapa besar dana yang dibutuhkan suatu perusahaan untuk menjalankan operasional agar dapat menunjang produk yang dihasilkan.

4) Sistem organisasi dan manajemen

Sistem organisasi merupakan pondasi yang menjadikan sebuah kesuksesan dalam berbisnis sehingga sesuatu hal yang dapat merugikan bisnis akan dapat diminimalisir. Tidak hanya itu, ketika suatu system organisasi sudah dinilai baik tetapi tidak dapat di manajemen dengan sempurna, hal itu membuat goyah suatu bisnis.

5) Ketersediaan teknologi

Ketersediaan teknologi merupakan bagaimana suatu usaha dapat memanfaatkan teknologi yang berkembang dalam

menjalankan aktifitas usahanya demi meningkatkan omset penjualan

6) Ketersediaan informasi

Ketersediaan informasi merupakan Informasi yang tersedia dalam mendapatkan hak akses informasi baik itu dari internet maupun media massa untuk menunjang aktifitas usaha dan menentukan keputusan dalam bersaing di dunia bisnis. Informasi ini dinilai dapat menjadi dasar untuk meningkatkan partisipasi.

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Saing

Menurut Harefa (2014) daya saing dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya sebagai berikut :

1) Lokasi.

Lokasi merupakan hal penting untuk diperhatikan dalam suatu usaha. Hal ini dikarenakan oleh manfaat yang akan diberikan oleh konsumen dalam memperoleh barang dan jasa. Para konsumen akan merasa senang apabila lokasi yang dicari tidak jauh dari pusat kota dan pastinya dekat dengan keramaian.

2) Harga

Harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas dasar manfaat-manfaat yang dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Sunarto, 2004:206). Harga ini juga menentukan apakah suatu usaha mikro, kecil dan menengah banyak dikunjungi konsumen atau tidak. Tidak hanya

itu, pembeli akan memutuskan membeli produk yang dijual dengan memperbandingkan harga dengan pesaing lainnya.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Demi mendapatkan sebuah barang dan jasa yang diinginkannya, konsumen harus rela membayarkannya dengan sejumlah uang. Bagi pelanggan yang sensitif dengan harga murah, mereka akan tertarik karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi (Irawan, 2008: 38).

3) Pelayanan

Pelayanan merupakan hal yang akan mendukung daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah. Pelayanan bukan hanya terdapat pada produk yang kita jual tetapi juga tempat parkir yang luas, keramahan penjual dan adanya fasilitas pendukung yang dapat menarik konsumen yang mengunjungi usaha tersebut.

4) Mutu Atau Kualitas

Keyakinan kita dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat terdapat pada kualitas produk yang diperjualbelikan. Dalam hal mengetahui kualitas produk, muhardi dalam bukunya Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing mengutip pendapat dari Adam dan Elbert bahwa "*product quality is the appropriateness of design specifications to function and use as well as the degree to which the product conforms to the design specifications*". Kualitas produk merupakan kelayakan dari

spesifikasi dari fungsi dan kegunaan produk itu sendiri dengan spesifikasi desainnya. Bisa ditafsirkan bahwa setiap UMKM maupun perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

5) Promosi

Semakin sering pelaku usaha melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi juga dapat dilakukan dari berbagai media, baik itu media elektronik maupun media cetak. Semakin berkembangnya teknologi, promosi dilakukan hanya dengan melakukannya melalui jaringan telekomunikasi sehingga menghemat waktu dan biaya.

f. Identifikasi Pesaing

Menurut Kotler (2001) ada 4 tingkat pesaing berdasarkan tingkat substitusi produk, yaitu:

- 1) Persaingan Merek, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaing merupakan perusahaan dengan jenis perusahaan yang sama dan menawarkan produk yang sama dengan harga sama.
- 2) Persaingan Industri, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaing merupakan semua perusahaan yang membuat produk atau kelas produk yang sama.

- 3) Persaingan Bentuk, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaing merupakan semua perusahaan yang memproduksi dan memberikan pelayanan jasa yang sama.
- 4) Persaingan Generik, terjadi apabila suatu perusahaan menganggap para pesaing merupakan semua perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan rupiah dari konsumen yang sama.

g. Indikator yang mempengaruhi Daya Saing UMKM

Daya saing dapat dipengaruhi oleh produk yang dihasilkan maupun perusahaan itu sendiri. Menurut Harefa (2014), indikator utama daya saing perusahaan terdiri dari berbagai macam. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia merupakan hal yang penting dan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi maupun usaha. Sumber daya manusia juga sebagai penentu dari keberhasilan usaha sehingga banyak yang mendeskripsikan bahwa sumber daya manusia merupakan modal atau asset yang berharga dan tidak dapat dinilai tetapi dapat dilipatgandakan. Kemampuan sumber daya manusia dapat dilihat dari latar belakang pendidikan, pengalaman serta keterampilan.

2. Jenis Teknologi yang digunakan

Setiap UMKM juga harus memperhatikan teknologi yang digunakan dalam memasarkan produk. Dengan begitu, teknologi

ini dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Dengan akses teknologi yang mudah, masyarakat akan menjadikannya sebagai aktifitas sehari-hari.

3. Lingkungan pesaing

Dalam beberapa hal, tidak dapat dipungkiri bahwa usaha yang dijalankan tidak terlepas dari banyaknya pesaing yang memiliki kelebihan lainnya. Lingkungan pesaing memberikan motivasi untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih berkualitas.

4. Kepuasan konsumen

Konsumen merupakan hal yang menjadikan asset berharga untuk meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang digunakannya. Beberapa orang yang telah memberikan nilai tinggi pada kepuasan diyakini dapat meningkatkan omset penjualan dan juga menyebarkan isu baik yang akan berdampak positif terhadap reputasi perusahaan.

5. Produktivitas

Produktivitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu. Usaha mikro, kecil, dan menengah diketahui memiliki produktivitas yang baik sehingga produk yang dihasilkan sangat berkualitas. Hal ini juga untuk mengatasi ketimpangan antarpelaku, antargolongan, pendapatan serta kualitas produk.

6. Potensi wilayah

Potensi wilayah merupakan kemampuan suatu daerah yang sumber dayanya dapat digunakan, dieksploitasi dan diambil manfaatnya untuk dikembangkan secara lebih lanjut agar tercipta kemampuan wilayah yang memadai.

2. Kesiapan Modal

a. Pengertian Kesiapan

Kesiapan merupakan hal yang sangat diperlukan dalam suatu proses, karena dengan kesiapan yang matang membuat tujuan yang akan kita capai menjadi terpenuhi. Beberapa kesiapan terpenting dalam usaha yaitu kesiapan modal dalam menjalankan usaha. Pelaku bisnis merasa memerlukan kesiapan modal untuk memperoleh omzet yang tinggi dibandingkan dengan pesaing yang sama tetapi berbeda kualitas.

Menurut beberapa pakar menyatakan bahwa “Kesiapan adalah kondisi yang mendahului kegiatan itu sendiri, tanpa kesiapan atau kesediaan ini proses mental tidak terjadi”. Sedangkan pendapat lain menyatakan kesiapan merupakan keseluruhan keadaan yang terjadi pada diri individu dimana keadaan tersebut membuat individu siap dan yakin untuk memberi reaksi atau respon di dalam cara tertentu terhadap suatu kondisi. Kesiapan merupakan penyesuaian keadaan atau kondisi ini suatu saat akan berpengaruh terhadap kecenderungan untuk memberi respon (Slameto, 2013: 113). Penyesuaian kondisi ini

suatu saat akan berpengaruh atau cenderung untuk memberi respon. Kondisi mencakup setidaknya-tidaknya 3 aspek, yaitu: 1) Kondisi fisik, mental, dan emosional; 2) Motif dan tujuan; 3) Keterampilan dan pengetahuan yang telah dipelajari.

Kesiapan sendiri meliputi dari kemampuan dalam menempatkan diri sendiri ketika memulai serangkaian kegiatan. Jika melihat dari kamus psikologi kesiapan (*readliness*) dapat diartikan suatu titik kematangan untuk menerima dan mempraktekkan tingkah laku tertentu. Dari beberapa pengertian tersebut, dapat didefinisikan bahwa kesiapan adalah suatu kemampuan pada keadaan tertentu untuk dapat memberi respon atau reaksi dengan cara tertentu.

b. Pengertian Modal

Modal merupakan keseluruhan aset yang digunakan dalam operasional perusahaan. Dalam beberapa kasus dalam usaha, pelaku bisnis mendefinisikan modal tidak hanya identik dengan materi tetapi keahlian dalam membangun usaha tersebut. Dalam hal ini, dibutuhkan keteguhan seorang manajemen dalam mengelolah keuangan. Keterampilan inilah yang kan menjadikan usaha mereka dapat berjalan lancar dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya.

Menurut ahli ekonomi mengatakan bahwa modal merupakan kekayaan perusahaan yang dapat digunakan dalam kegiatan produksi selanjutnya. Sementara itu, lain halnya dengan pendapat dari pengusaha, modal merupakan nilai buku dari surat berharga (Suyadi

Prawirosentono, 2002:117). Pendapat lain tentang pengertian modal juga dikemukakan oleh beberapa penulis yang dikutip oleh Bambang Riyanto :

- 1) Lidge mengartikan modal hanyalah dalam artian “uang (geld capital)”.
- 2) Schwiedland memberikan pengertian modal dalam artian yang lebih luas, yaitu modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang.
- 3) Prof. Meij mengartikan modal sebagai kolektivitas dari barang-barang modal yang terdapat dalam neraca barang modal adalah semua barang yang ada dalam rumah tangga perusahaan dalam fungsi produktivitasnya untuk membentuk pendapatan. Sedang yang dimaksud dengan kekayaan adalah daya beli yang terdapat dalam barang-barang modal sehingga kekayaan terdapat dalam neraca sebelah kredit.
- 4) Prof. Polak mengartikan modal sebagai kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal sedangkan yang dimaksud dengan barang-barang modal adalah barang-barang yang terdapat dalam perusahaan yang belum digunakan sehingga terdapat di neraca sebelah debit (Bambang Riyanto, 2001:18).

Selain itu, Menurut PSAK No. 21 tentang Akuntansi Ekuitas menyebutkan bahwa ekuitas atau modal adalah bagian hak pemilik dalam perusahaan yaitu selisih antara aktiva dan kewajiban yang ada, dan dengan demikian tidak merupakan ukuran nilai jual perusahaan tersebut. Ekuitas sendiri terdiri dari setoran pemilik yang sering disebut modal atau simpanan pokok anggota untuk badan hukum koperasi, saldo laba, dan unsur lain. Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa modal adalah sejumlah investasi pemilik dan hasil usaha perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi selanjutnya. Sehingga pengelolaan manajemen modal yang baik akan mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dalam merebut pasar.

Semakin baik tata kelola suatu usaha maka semakin baik juga modal yang akan didapatkan.

c. Pengertian Kesiapan Modal

Dalam dunia bisnis, kesiapan modal merupakan hal yang harus dicapai oleh manajemen untuk memberlangsungkan usahanya. Keberlangsungan usaha yang semakin baik akan memberikan dampak terhadap omzet yang diperoleh dan kualitas dari daya saing perusahaan maupun usaha mikro, kecil, dan menengah. Dengan adanya omzet, maka perusahaan akan mampu membiayai semua kegiatan operasional usaha selanjutnya.

Dari pengertian kesiapan dan modal yang telah dikemukakan oleh beberapa pakar, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kesiapan modal merupakan suatu kemampuan pada keadaan tertentu untuk mendapatkan hasil usaha yang lebih baik sehingga mampu melakukan kegiatan produksi selanjutnya. Hasil dari usaha yang baik akan sangat membantu perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas artinya secara keseluruhan ciri suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

d. Macam-macam Modal

Menurut Kasmir (2011: 91-92) menyebutkan bahwa terdapat beberapa jenis modal yang dapat digunakan dalam kegiatan usaha. Pada dasarnya kebutuhan modal untuk melakukan usaha sendiri terdiri dari modal investasi dan modal kerja. Modal investasi digunakan

untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Penggunaannya adalah untuk pembelian aktiva tetap seperti tanah, bangunan atau gedung, mesin, peralatan, kendaraan dan sebagainya. Sementara untuk modal kerja digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi. Modal kerja bersifat jangka pendek yang digunakan untuk keperluan membeli bahan baku, membayar gaji karyawan, dan biaya pemeliharaan serta biaya lainnya.

Kebutuhan modal baik modal investasi maupun modal kerja dapat dicari dari berbagai sumber dana. Sumber-sumber dana tersebut dapat diketahui sebagai berikut:

1) Sumber Intern/permodalan sendiri

Sumber Intern merupakan sumber yang berasal dari pemilik perusahaan ataupun usaha itu sendiri. Misalnya pada penjualan kekayaan lain yang ada diperusahaan, penjualan saham maupun simpanan anggota pada usaha tersebut. Modal ini dapat bersumber dari tabungan, sumbangan, hibah, dan lain sebagainya.

2) Sumber Ekstern/Permodalan Asing

Sumber eksternal merupakan sumber yang berasal dari luar perusahaan atau sering disebut dengan pihak ketiga baik itu berupa pinjaman jangka pendek ataupun jangka panjang. Ciri dari permodalan asing yaitu tidak terikat secara permanen atau hanya terikat sementara saja (Buchari Alma,2012:249). Keuntungan dari

modal pinjaman yaitu jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Dengan begitu, dengan adanya modal pinjaman ini muncul motivasi yang tinggi untuk mengembangkan bisnis dengan sungguh-sungguh untuk dapat mengembalikan dana pinjaman sehingga menimbulkan kepercayaan dari lembaga peminjam. Tetapi selain dari keuntungan yang didapatkan ada kekurangan dari modal pinjaman yaitu dana yang dipinjam dikenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi.

Selaras dengan pendapat Kasmir, Buchari Alma (2012: 250) menyebutkan adanya modal dapat dibedakan menurut sifatnya, yaitu:

1) Modal Tetap

Modal tetap merupakan modal yang tidak akan habis digunakan dalam sekali proses produksi, tidak akan terpengaruh oleh proses produksi dan sifatnya yang tetap. Misalnya, gedung, mesin dan alat angkut.

2) Modal Lancar

Modal lancar merupakan modal yang akan habis oleh satu kali produksi atau berubah bentuk menjadi barang jadi.

e. Indikator Kesiapan Modal

Indikator kesiapan modal menurut Pusat Studi Kewirausahaan UKM, LPPM Indonusa Esa Unggul, menyatakan ada 4, diantaranya sebagai berikut:

1) Kepercayaan terhadap tenaga kerja

Adanya kemajuan bisnis, dapat dilihat dari manajemen melalui kepercayaan yang diberikan terhadap tenaga kerja. Dengan begitu, tenaga kerja akan memberikan loyalitas terhadap perusahaan dalam melayani pelanggan sehingga daya saing akan meningkat.

2) Pembagian tugas yang jelas

Dengan adanya pembagian tugas yang jelas, UMKM akan memanfaatkan segala kemungkinan yang terjadi untuk meningkatkan omzet penjualan sehingga pelaku bisnis akan mudah menyiapkan modal untuk proses bisnis selanjutnya.

3) Kemampuan pengelolaan dan perencanaan usaha

Dalam meningkatkan daya saing UMKM, perlu adanya kemampuan pengelolaan dan perencanaan usaha oleh pihak manajemen atau pemilik untuk dapat menyeimbangi pesaing lain di kemudian hari.

4) Kualitas sumber daya manusia

Kualitas sumber daya manusia dapat dilihat dari tingkat pendidikan, kemampuan menyelesaikan masalah kepada konsumen serta pengalaman.

3. Pemanfaatan *E-Commerce*

a. Pengertian Pemanfaatan

Dewasa ini, para pelaku bisnis sering memanfaatkan teknologi yang telah berkembang dalam dunia bisnis. Hal ini dikarenakan tuntutan dari pasar untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Pemanfaatan sendiri merupakan turunan dari kata manfaat yang artinya suatu penghadapan yang semata-mata menunjukkan kegiatan menerima.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemanfaatan merupakan proses, cara, maupun perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan disini maksudnya adalah dapat memanfaatkan teknologi dalam proses bisnis untuk merebut pasar melalui cara-cara yang dapat menarik konsumen, misalnya, pelayanan konsumen dengan teknologi canggih via BBM, Web, maupun *Whatsapp*.

b. Pengertian *E-commerce*

E-commerce atau lebih sering kita sebut penjualan dan pembelian online merupakan hal yang tidak asing di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah. Mereka sering menggunakan cakupan *e-commerce* hanya sebatas aktifitas pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui fasilitas internet tanpa memahami banyak hal yang dapat dijadikan sumber pendapatan bagi perusahaan. Perusahaan akan dimudahkan dengan *e-commerce*. *E-commerce* akan menjangkau banyak orang diluar sana (konsumen) untuk dapat berinteraksi dengan

pelaku bisnis tanpa bertemu langsung artinya pelaku bisnis cukup menyediakan jaringan internet.

Meskipun ini hal mudah bagi pelaku bisnis, tetapi setiap perusahaan kecil masih belum bisa memaksimalkan pendapatan. Hal yang perlu dilakukan yaitu pelaku bisnis bersedia memberikan pelayanan yang ramah dan kesan yang baik untuk menarik konsumen membeli barang yang kita jual. Pelayanan ramah, respon yang cepat akan berdampak positif bagi perusahaan serta daya saing perusahaan lama kelamaan akan meningkat seiring dengan kepuasan dari konsumen.

Dengan adanya *e-commerce*, kepuasan konsumen akan secara mudah terdeteksi oleh perusahaan. *E-commerce* sendiri meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran untuk berbagai produk dan jasa yang diperjualbelikan dalam pasar global berjaringan dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia. Beberapa pakar menyebutkan bahwa *e-commerce* adalah proses membeli, menjual, mengirim, atau menukar produk, jasa, dan/atau informasi melalui jaringan komputer, yang sebagian besar adalah *internet* dan *intranet* (Turban, 2012: 38). Definisi *e-commerce* juga dikemukakan oleh Humdiana&Indrayanti bahwa *e-commerce* adalah transaksi pembelian dan penjualan, pemasaran dan pelayanan, serta pengiriman dan pembayaran produk, jasa, dan informasi di internet dan jaringan

lain antara perusahaan dengan para pelanggan maupun orang yang akan terkait dengan proses internal seperti pemasok dan mitra bisnis lainnya. Aktifitas *e-commerce* mengandung makna adanya hubungan antara penjual dan pembeli, transaksi antar pelaku bisnis, dan proses internal yang mendukung transaksi dengan perusahaan (Javalgi dan Ramsey, 2001).

Dari berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan cara atau proses pembelian dan penjualan produk, jasa, maupun informasi yang menggunakan jaringan internet.

c. Pengertian Pemanfaatan *E-commerce*

Banyak kasus dari usaha mikro, kecil, dan menengah yang mengesampingkan manfaat penggunaan dari *e-commerce* itu sendiri. Pelaku bisnis berasumsi bahwa penggunaan *e-commerce* hanya membuang waktu, tenaga, dan biaya untuk membuat perusahaan berkembang tanpa mempertimbangkan adanya manfaat positif yang akan didapatkan di kemudian hari untuk mempromosikan produknya serta meningkatkan omzet penjualan. Pemanfaatan *E-commerce* atau sering kita sebut dengan jual beli online bagi perusahaan kecil yaitu UMKM akan memberikan fleksibilitas dalam produksi, dapat memberikan informasi pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta dapat mendukung transaksi dengan cepat tanpa kertas.

Hal inilah yang akan memberikan dorongan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk meningkatkan daya saing.

Menurut ulasan diatas, pemanfaatan *e-commerce* merupakan cara, proses maupun perbuatan memanfaatkan jaringan komputer/internet untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa serta pelayanan yang diberikan baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran, maupun pengiriman dengan tujuan meningkatkan pendapatan.

d. Keuntungan penggunaan *E-commerce*.

Beberapa keuntungan dalam menggunakan *e-commerce* dalam mendukung peluang bisnis bagi pelaku bisnis, antara lain:

- 1) Meningkatkan Revenue stream.
- 2) Meningkatkan market exposure.
- 3) Menurunkan biaya operasional, efisien, lebih tepat waktu;
- 4) Memperpendek siklus hidup produk
- 5) Meningkatkan manajemen pasokan untuk mempermudah jalannya usaha.
- 6) Meluaskan jangkauan ke seluruh daerah .
- 7) Meningkatkan kedekatan dengan pelanggan melalui pemberian kritik dan saran melalui *E-mail*.
- 8) Meningkatkan rantai nilai dengan mengkomplemenkan bisnis praktis.

(Humdiana & Indrayani; 2006: 350).

e. Manfaat *E-commerce*

Manfaat yang dapat diperoleh dari *e-commerce* bagi organisasi menurut Suyanto (2003:50) adalah sebagai berikut :

1. Memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional.
2. Menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
3. Memungkinkan adanya pengurangan inventory dan overhead dengan menyederhanakan *supply chain* dan management tipe “*pull*”
4. Akses *informs* yang lebih cepat
5. Mengurangi waktu antara *outlay* modal dan penerimaan produk dan jasa.

Selain itu, turban juga menjelaskan beberapa manfaat *pokok e-commerce* dari berbagai kondisi baik itu organisasi, bagi pelanggan, dan juga bagi masyarakat. Manfaat bagi organisasi disebutkan sebagai berikut:

1. Memperluas adanya pangsa pasar suatu perusahaan sampai tingkat nasional dengan meminimalisir biaya modal.
2. Memberikan inventori yang lebih rendah dengan memfasilitasi manajemen rantai persediaan *pull type*. Hal ini akan

memungkinkan perusahaan untuk meminimalisasi biaya inventori.

3. Memotong atau bahkan menghilangkan jalur distribusi pemasaran, menjadikan produk lebih murah dan lebih menguntungkan.
4. Membantu beberapa bisnis kecil untuk bersaing dengan perusahaan besar
5. Memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan material dan jasa dari perusahaan lain, cepat, dan berbiaya rendah.

Sementara itu manfaat e-commerce juga dapat diterima pelanggan yaitu memberikan pelanggan lebih banyak pilihan dalam menyeleksi produk dan vendor, memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi nonstop di semua lokasi, memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi dalam komunitas elektronik dan dapat bertukar ide dan membandingkan pengalaman.

f. Kategori *E-commerce*

Banyak dari berbagai perusahaan yang mulai terlibat dengan mensponsori tiga kategori dasar dalam aplikasi *E-commerce*. Untuk meningkatkan berbagai kemungkinan yang terjadi pada dunia bisnis. Kategori tersebut yaitu: *E-commerce business-to-consumer*, *business-to-business*, dan *consumer-to-consumer*.

E-commerce business-to-consumer. Dalam bentuk *e-commerce* semacam ini, perusahaan harus mengembangkan pasar elektronik

yang menarik untuk menjual berbagai produk dan jasa ke para pelanggan. Contohnya banyak perusahaan yang menawarkan berbagai situs *e-commerce* yang menyediakan pajangan virtual dan katalog multimedia, pemrosesan pesanan interaktif, sistem pembayaran yang aman dan dukungan pelanggan online.

E-commerce business-to-business. Kategori *e-commerce* ini melibatkan pasar *e-business* dan hubungan pasar langsung antar perusahaan. Contohnya, banyak perusahaan menawarkan situs Web yang aman berisi katalog *e-commerce* melalui internet atau ekstranet untuk para pelanggan dari perusahaan dan para pemasok. Perusahaan lain dapat bergantung pada pertukaran data elektronik (*electronic data interchange-EDI*) melalui internet atau ekstranet untuk pertukaran komputer-ke-komputer atas berbagai dokumen *e-commerce* dengan para pelanggan besar dari perusahaan dan pemasoknya.

E-commerce consumer-to-consumer. Keberhasilan besar dari lelang online seperti *eBay*, tempat para pelanggan dapat membeli serta menjual ke satu sama lain dalam proses situs Web lelang, menjadikan C2C sebuah situs yang dikenal banyak orang.

g. Pemanfaatan Teknologi dalam Perkembangan UMKM

Perkembangan sektor UMKM mempunyai beberapa kendala, salah satunya yaitu pada bagian pemasaran. Pemasaran yang telah bercampur dengan teknologi ini lah yang akan mampu bersaing dengan para UMKM. Karena itu, kunci salah satu Usaha Mikro, Kecil

dan Menengah adalah tersedianya pasar yang jelas untuk meningkatkan omzet penjualan.

Menurut Jauhari (2010) perkembangan teknologi informasi telah merambah ke segala sendi kehidupan, termasuk juga dunia bisnis. Dalam berbagai bisnis yang ada di Indonesia baik itu UMKM maupun Usaha Besar, penggunaan komputer dalam bidang penjualan dalam beberapa tahun terakhir berkembang dengan pesatnya. Dengan adanya internet, proses penjualan dapat dilakukan kapan saja dan dimanapun tanpa terikat ruang dan waktu (Jinling, 2009; Dewi Shanti, 2011).

Penggunaan internet bagi perusahaan saat ini sangat diperlukan terlebih di zaman yang semakin canggih dengan berbagai fasilitas yang disediakan komputer maupun gadget. Dalam hal ini, penggunaan internet saja tidak menjadikan besarnya daya saing UMKM tetapi kemampuan SDM dalam penggunaan internet untuk mengelola sebuah UMKM yang dapat meningkatkan daya saing. Penunjang lainnya terdapat pada kecepatan akses internet yang digunakan oleh UMKM tersebut untuk mengupdate seluruh aktifitasnya.

Ketika SDM memiliki kemampuan lebih dalam memanfaatkan internet, kemampuan manajerial juga diperlukan dalam memberikan keputusan-keputusan untuk mengelolah dan memberikan inovasi terbaru untuk menarik pelanggan. Dengan begitu, manajemen perlu mengetahui dasar dalam pemahaman internet sehingga memudahkan kontrol yang baik. Kontrol yang baik akan menjadikan peningkatan

UMKM dalam menghadapi pesaing lainnya. *Update* data untuk menunjang akses pelanggan juga diperlukan apabila salah satu konsumen tertarik untuk membeli barang yang kita hasilkan. Dengan adanya pemanfaatan teknologi seperti ini, UMKM akan dapat memasuki dan bersaing di pasar global. Pemanfaatan teknologi informasi ini dalam menjalankan usaha ataupun bisnis ini sering disebut dengan *e-commerce*. Dalam dunia bisnis kecil, *e-commerce* dapat memberikan fleksibilitas dalam berbagai hal seperti, produksi, penjualan pemasaran.

h. Indikator Pemanfaatan *E-commerce*

Menurut Nuray Terzi (2011) ada beberapa indikator pemanfaatan *e-commerce* yang diyakini dapat meningkatkan daya saing yaitu:

1) Akses internet

Kecepatan akses internet memberikan nilai lebih perusahaan dalam meningkatkan daya saing. Hal ini dikarenakan dengan akses yang cepat konsumen akan tertarik dengan pelayanan yang diberikan dan mencoba membeli produk yang kita hasilkan.

2) Kemudahan informasi

Dengan kemajuan teknologi, informasi yang diberikan juga akan semakin banyak sehingga sumber daya manusia dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk memahami *e-commerce* dan memberikan inovasi-inovasi yang lebih menarik.

3) Kemampuan SDM

Adanya perkembangan yang menitikberatkan pada teknologi membuat sumber daya manusia tidak hanya dituntut dapat mengoperasikan tetapi juga memanfaatkan sejumlah besar teknologi informasi tentang permintaan konsumen dan proses produksi.

4) Tanggung jawab manajerial

Dalam membangun daya saing, tanggung jawab manajerial diperlukan untuk menjaga dan memberikan keputusan terkait proses bisnis yang akan dijalankan.

B. Penelitian yang Relevan.

Penelitian yang relevan biasanya digunakan untuk membandingkan antara penelitian yang kita buat dengan penelitian orang lain. Selain itu, penelitian yang relevan juga digunakan untuk mencari persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang berlangsung.

Penelitian oleh Resdiana Novy Herdianti tahun 2014 yang berjudul “ Peran Pemerintah dalam Pemanfaatan *E-commerce* oleh UMKM Industri Kerajinan Perak Kotagede”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peranan yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendorong pemanfaatan *E-commerce* bagi pengembangan pengembangan UMKM industri perak di Kotagede. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari pengusaha perak di Kotagede atau sebesar 57,5% masih belum memanfaatkan *e-commerce* untuk membantu pengembangan usahanya melalui perluasan

jaringan bisnis. Selain itu, faktor kurangnya SDM yang terampil dalam memanfaatkan *e-commerce*, masih belum terbukanya SDM akan teknologi baru, khawatir akan ketatnya persaingan dan resiko perdagangan online. Persamaan dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan *e-commerce* dijadikan salah satu penentu persaingan ataupun daya saing UMKM industri perak di Kotagede. Perbedaannya terletak pada adanya variabel peran pemerintah sebagai *facilitator, educator, dan regulator* dalam mewujudkan daya saing dengan pemanfaatan *e-commerce* yang ada di Kotagede serta penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

Penelitian oleh Slamet dan Salim Al Idrus tahun 2010 yang berjudul “Penerapan *E-commerce* Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah yang Berdaya Saing Global (studi kasus pada Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Kota Malang)”. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan sebagian besar pengusaha keripik di Kampung Sanan masih belum memahami tentang pemanfaatan system *e-commerce* dalam rangka menunjang promosi dan penjualan mereka dan hanya ada 4 pengusaha yang telah berhasil mempraktikkan *e-commerce* dengan omzet 35jt per hari dari 28 karyawan yang dimiliki. Persamaan pada penelitian ini yaitu penggunaan subjek penelitian yang sama, UMKM serta penggunaan pemanfaatan *e-commerce* sebagai pendukung dari daya saing. Namun pada penelitian ini, ditambahkan kesiapan modal sebagai variabel tambahan dalam mendukung daya saing.

Penelitian oleh Pebruati, Handayani, dan Zahroh pada tahun 2012 yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang). Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa manfaat yang dirasakan tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan TI. Sementara kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan TI. Pada akhirnya, penerimaan TI berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing perusahaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan Daya Saing Perusahaan pada skala UKM. Sementara perbedaannya terletak pada adopsi teknologi informasi yang menggunakan 3 variabel utama, yaitu kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, dan penerimaan TI.

Penelitian oleh Hendra Susanto pada tahun 2015 dengan judul “ Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015” . Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa faktor permodalan merupakan faktor utama yang terkait dalam produksi dan modal usaha dalam meningkatkan daya saing di pasar bebas MEA 2015 yaitu: kualitas batik Yogyakarta apakah mampu bersaing di pasar bebas, inovasi produk batik maupun keunggulan produk batik yang diproduksi. Persamaan pada penelitian ini adalah kesiapan modal dalam meningkatkan daya saing. Perbedaannya hanya terletak pada skala yang mengukur faktor apa saja yang termasuk dalam menghadapi MEA 2015.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM

Kesiapan modal adalah suatu titik kematangan untuk dapat menerima dan memberikan respon dalam proses usaha untuk menghasilkan keuntungan guna menjalankan kegiatan produksi selanjutnya. Kesiapan modal tidak terbatas dengan materi saja tetapi adanya keahlian dan keyakinan dalam menjalankan suatu usaha. Dalam penelitian ini, besarnya kesiapan modal akan berbanding lurus terhadap daya saing UMKM. Jika pelaku bisnis memiliki kenaikan pada Kesiapan Modal, maka Daya Saing UMKM juga akan meningkat seiring dengan jumlah meningkatnya Kesiapan Modal. Begitu juga sebaliknya, jika Kesiapan Modal itu menurun, maka daya saing juga akan menurun.

2. Pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing UMKM

Pemanfaatan *E-commerce* merupakan cara, proses maupun perbuatan memanfaatkan jaringan komputer/internet untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa serta pelayanan yang diberikan baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran, maupun pengiriman dengan tujuan meningkatkan pendapatan. Dalam dunia Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pemanfaatan *e-commerce* perlu dikembangkan untuk digunakan pelaku bisnis dalam memasarkan produk yang dihasilkan serta sebagai kemudahan bertransaksi dengan konsumen untuk meningkatkan omzet penjualan. Selain itu, akan mempermudah pelaku bisnis dalam

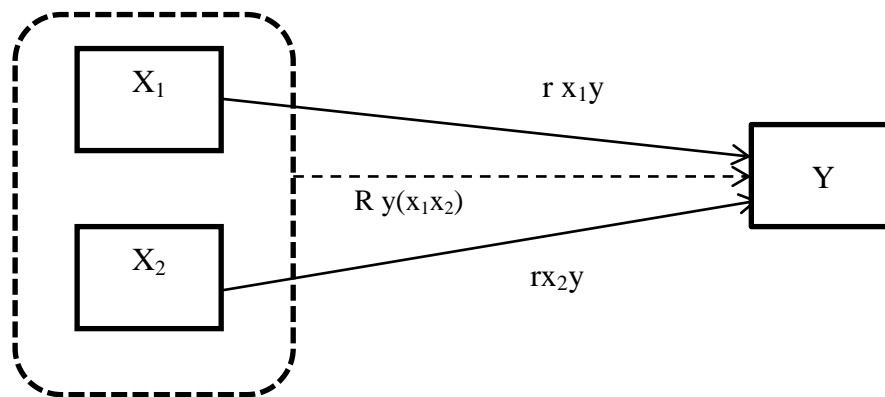
meng-*handle* seluruh aktifitas usaha tanpa mempertimbangkan banyak kerugian yang akan ditanggung. Semakin baik UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk proses bisnisnya, maka akan semakin baik pula daya saing yang dibentuk. Begitu pula sebaliknya, semakin sedikit UMKM memanfaatkan *e-commerce* untuk proses bisnis, maka UMKM akan terlindas dengan pesaing lainnya, artinya daya saing menurun.

3. Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing UMKM

Kesiapan Modal dan pemanfaatan *E-commerce* menjadi sangat penting dalam menunjang daya saing UMKM. Dengan kesiapan modal para pelaku usaha akan merasa terbantu dalam menjalankan proses bisnis mulai dari pembelian bahan baku sampai dengan penjualan produk dan didukung dengan memanfaatkan *e-commerce* sebagai penunjang pemasaran dalam meningkatkan omzet penjualan. Peneliti beranggapan dengan adanya pemanfaatan *e-commerce* akan membuat pelaku usaha *tercover* oleh banyaknya risiko yang akan didapatkan dibandingkan jika mereka melakukan pemasaran secara manual. Selain itu, memiliki fleksibilitas dalam produksi serta memberikan informasi secara cepat membuat pelanggan akan semakin tertarik dengan usaha kita. Dengan begitu, adanya kesiapan modal yang besar dan pemanfaatan *e-commerce* yang baik akan berpengaruh positif dan signifikan untuk menunjang adanya daya saing yang baik pula.

D. Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menguji pengaruh kesiapan modal dan *e-commerce* terhadap daya saing usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Kesiapan modal (X_1) dan *e-commerce* (X_2) sebagai variabel independen sedangkan daya saing UMKM (Y_1) sebagai variabel dependen. Untuk dapat memahaminya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Keterangan :

X_1 Kesiapan Modal

X_2 Pemanfaatan *E-commerce*

Y Daya Saing UMKM

Gambar 1. Paradigma Penelitian

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan dari kajian pustaka dan kerangka berpikir diatas maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis sebagai berikut.

H1 : Kesiapan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta

H2 : Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

H3 : Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menurut karakteristik masalah merupakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*). Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian *ex post facto*, yaitu tipe penelitian terhadap data yang dikumpulkan setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel yang mempengaruhi (variabel independen) (Nur Indriantoro & Bambang Supomo, 2002:27).

Menurut Mudrajad Kuncoro, studi kausal komparatif berusaha mengamati alasan atau penyebab terjadinya sebuah fenomena yang diteliti. Dalam studi komparatif, seorang peneliti berusaha menjelaskan dan menentukan sebab atau alasan adanya perbedaan dalam perilaku atau status sekelompok individu. Dengan kata lain, setelah terlebih dahulu diketahui adanya perbedaan pada beberapa variabel, peneliti berusaha mengidentifikasi faktor utama yang menyebabkan perbedaan tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan data yang berbentuk angka atau persentase yang menunjukkan tingkat pengaruh kesiapan modal dan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian survei. Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) (Indriantoro dan Supomo, 2009: 152). Data primer dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode ini memerlukan beberapa cara dalam menunjang penelitian yaitu, observasi, wawancara dan pengumpulan data primer dengan menggunakan kuisioner.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada sejumlah UMKM yang ada di Kabupaten Sleman Yogyakarta dengan mendatangi secara langsung untuk mendapatkan data. Untuk waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari sampai Maret 2017. Data yang telah didapatkan kemudian akan diolah.

C. Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang mengalami variasi nilai. Jika konsep dipakai untuk menggambarkan realitas atau fenomena sosial secara "netral", maka dengan menggunakan variabel peneliti memberi nilai "tinggi" atau "rendah" terhadap konsep yang digambarkannya tersebut. Menurut Sugiyono (2009: 60) variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhnya variabel dependen.

2. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*independence variable*)

Variabel bebas dalam penelitian yang akan diulas diantaranya menyangkut akuntansi UMKM dan sistem akuntansi adalah sebagai berikut:

a. Kesiapan Modal

Kesiapan modal merupakan suatu titik kematangan untuk dapat menerima dan memberikan respon dalam proses usaha untuk menghasilkan keuntungan guna menjalankan kegiatan produksi selanjutnya.

b. Pemanfaatan *E-commerce*

Pemanfaatan *E-commerce* merupakan merupakan cara, proses maupun perbuatan memanfaatkan jaringan komputer/internet untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa serta pelayanan yang diberikan baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran, maupun pengiriman dengan tujuan meningkatkan pendapatan.

2. Variabel Terikat (*dependence variable*)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah daya saing UMKM. Daya saing UMKM merupakan kemampuan suatu usaha mikro, kecil, dan menengah untuk dapat memenuhi permintaan pasar, baik domestik maupun internasional dalam memproduksi barang dan jasa dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan demi meningkatkan omzet suatu perusahaan.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 80). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di PLUT-KUMKM DIY yang berjumlah 469 per 31 Desember 2016 (*sumber: Dinas Koperasi dan UKM Prov DIY*).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011: 81). Sampel yang ideal itu dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti serta dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat di berbagai kecamatan di Kabupaten Sleman, yaitu Kecamatan Depok, Ngaglik, Ngemplak, Kalasan, Pakem dan Godean. Sampel yang diambil dari populasi harus representatif karena yang dipelajari dari sampel akan mewakili kesimpulan dari populasi. Besarnya

sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

d = Nilai presisi (ditentukan sebesar 5% atau 0,05)

(Burhan Bungin, 2011: 114)

$$N = 5.881$$

$$d = 5\% \text{ atau } 0,05$$

$$n = \frac{469}{469(0,05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{469}{2,1725} = 215,88$$

$$n = 216$$

Batas kesalahan yang dapat ditolerir dalam penelitian ini sebesar 5% sehingga jumlah sampel yang akan di ambil untuk mendapatkan data primer menggunakan angket sebanyak 216 unit UMKM setelah pembulatan. Hal ini juga telah disepakati yang “terbaik” oleh para ahli sebesar 5% sehingga hanya ada 0,05 atau 5% saja kesalahan karena kebetulan itu terjadi. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik kluster yaitu teknik memilih sampel dengan menggunakan prinsip probabilitas yang didasarkan atas daerah tertentu yang dipilih oleh peneliti. Setelah itu, peneliti memilih dari berbagai kluster yang ada dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu UMKM yang menjalankan bisnisnya dengan memanfaatkan *e-commerce* dan terdaftar di

Dinas Koperasi dan UKM DIY. Di bawah ini merupakan proporsi untuk mengetahui seberapa besar sampel yang akan digunakan peneliti dalam penelitian berdasarkan wilayah yang dipilih.

Tabel 1. Data UMKM

No	Daerah	Jumlah UMKM	Sampel
1	Kec. Depok	90	88
2	Kec. Ngaglik	48	46
3	Kec. Ngemplak	23	21
4	Kec. Kalasan	24	22
5	Kec. Pakem	12	10
6	Kec. Godean	33	29
Jumlah		230	216

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Prov DIY

Dari 17 kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman, dipilih 6 kecamatan diatas dengan pertimbangan bahwa beberapa kecamatan tersebut memiliki daya saing yang cukup tinggi. Hal ini dilihat dari pedagang yang mengembangkan usaha di daerah tersebut dengan beberapa inovasi system *e-commerce* dalam menunjang penjualan dan menilai pemanfaatan teknologi dapat dijadikan alternatif yang cukup baik dalam bersaing. Dengan begitu, kecamatan-kecamatan tersebut menjadi wilayah yang cepat berkembang serta dapat memperbaiki ekonomi daerah dengan baik di Kabupaten Sleman.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian (Sugiyono, 2010: 193). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan kuisisioner. Observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Sleman. Dengan begitu, peneliti akan lebih mudah melakukan penelitian dan pencarian UMKM yang tersebar diberbagai kecamatan yang ada di Kabupaten Sleman.

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan cara bertanya langsung dengan responden. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui masalah yang ada di lapangan dan keterkaitan dengan kesiapan modal dan e-commerce. Dalam hal ini, peneliti dapat mengetahui secara jelas adanya masalah yang terkait dengan kesiapan modal dan *e-commerce* kepada pelaku UMKM. Hal ini dapat diketahui melalui berbagai pertanyaan secara lisan maupun tulisan terkait hal di atas.

Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Kuisisioner dilakukan untuk mengetahui keterkaitan daya saing dengan kesiapan modal dan *e-commerce*. Kuisisioner tersebut akan mewakili populasi dari penelitian dari berbagai pertanyaan yang akan diajukan. Sebelumnya, peneliti akan memberikan penjelasan terkait pengisian kuisisioner. Setelah kuisisioner dijawab oleh pelaku UMKM, peneliti akan menarik untuk diolah sebagai data primer.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan tolak ukur yang digunakan dalam melakukan suatu penelitian dan digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Jadi, jumlah instrument yang digunakan bergantung pada variabel dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel dalam instrumen penelitian yaitu kesiapan modal, pemanfaatan *e-commerce*, dan daya saing UMKM.

Dalam penelitian ini digunakan beberapa instrumen untuk mendukung variabel tersebut yaitu observasi, wawancara, dan kuisisioner. Observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis. Observasi ini dilakukan untuk mengetahui jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Sleman. Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan cara bertanya langsung dengan responden. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui masalah yang ada di lapangan dan keterkaitan dengan modal dan *e-commerce*. Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Kuisisioner dilakukan untuk mengetahui keterkaitan daya saing dengan kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce*.

Data diambil dari responden dengan menggunakan kuesioner (angket). Responden akan menilai setiap pertanyaan dengan menggunakan Skala *Likert* 4 poin. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2011: 93).

Berikut merupakan skor Skala *Likert* untuk analisis kuantitatif dalam penelitian :

Tabel 2. Skor Skala *Likert*

Pernyataan Positif		Pernyataan Negatif	
Jawaban	Skor	Jawaban	Skor
Sangat Setuju/ Selalu	4	Sangat Setuju/ Selalu	4
Setuju/ Sering	3	Setuju/ Sering	3
Tidak Setuju/ Jarang	2	Tidak Setuju/ Jarang	2
Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah	1	Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah	1

Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.

No	Variabel	Indikator	Jumlah	Nomor Item
1	Daya saing UMKM	1. Kemampuan sumber daya manusia.	2	1,2
		2. Jenis teknologi yang digunakan	2	3,4
		3. Lingkungan pesaing	2	5,6
		4. Kepuasan konsumen	3	7,8,9
		5. Produktivitas	2	10,11
		6. Potensi wilayah	2	12,13
2	Kesiapan Modal	1. Kepercayaan terhadap tenaga kerja	2	14,15
		2. Pembagian tugas yang jelas	2	16,17
		3. Kemampuan pengelolaan dan perencanaan usaha	3	18,19,20
		4. Kualitas sumber daya manusia.	2	21,22
3	Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	1. Akses internet	2	23,24
		2. Kemudahan informasi	2	25,26
		3. Kemampuan SDM	2	27,28
		4. Tanggung jawab manajerial	2	29,30

H. Uji Coba Instrumen.

Uji coba instrumen perlu dilakukan sebelum melakukan penelitian. Hal ini dimaksudkan agar instrumen yang akan digunakan dalam mengukur variabel memiliki validitas dan realibilitas sesuai dengan ketentuan. Validitas maksudnya menunjukkan *derajat ketepatan* antara data sesungguhnya yang terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mendapatkan data yang valid dalam penelitian sulit dilakukan. Oleh karena itu, validitas hasil penelitian dapat diuji melalui reliabilitas dan obyektivitas data yang terkumpul. Pada umumnya, data yang reliabel dan obyektif, maka hasil penelitiannya akan valid. Sementara itu, reliabilitas merupakan hal yang dapat menunjukkan *derajat konsistensi* data dalam interval waktu tertentu. Instrument dikatakan valid apabila instrument tersebut telah melalui uji realibilitas. Dalam sebuah penelitian, beberapa kelompok peneliti yang memberikan data secara berbeda-beda maka data penelitian tersebut tidak obyektif. Peneliti melakukan uji coba instrument sebanyak 30 UMKM di Kecamatan Prambanan dan Berbah sebagai bagian populasi yang bukan sampel penelitian. Diantaranya 12 UMKM di Kecamatan Prambanan dan 18 UMKM di Kecamatan Berbah.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian instrument untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus diganti maupun dibuang karena dianggap tidak relevan (Husein Umar, 2011: 166).

Uji validitas dilakukan dengan mengukur derajat ketepatan antara data sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Selain itu, hal ini juga digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Sebuah instrument dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkapkan data data dari variable yang diteliti secara tepat dan akurat. Rumus yang digunakan peneliti untuk menguji validitas instrument ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir soal (jumlah nilai X)

$\sum Y$ = jumlah skor total (jumlah Y)

$\sum XY$ = Total perkalian skor item (jumlah hasil kali X dan Y)

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor butir soal (jumlah kuadrat nilai X)

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat skor total (Jumlah kuadrat nilai Y)

(Suharsimi Arikunto, 2006:170)

Kemudian dari perhitungan diatas hasil r_{xy} dikonsultasikan dengan harga kritis *product moment* (r_{tabel}), apabila hasil yang diperoleh r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen tersebut valid. Begitu juga sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka instrument tersebut tidak valid.

Berikut ini merupakan hasil uji validitas dari kuesioner yang telah disebar kepada responden.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item Awal	Jumlah Item Gugur	Jumlah Item Valid
Daya Saing UMKM	13	0	13
Kesiapan Modal	9	0	9
Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	8	0	8

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2017.

Dari ringkasan hasil uji validitas instrument dapat dilihat bahwa Daya Saing UMKM dengan jumlah item 13 pernyataan, Kesiapan Modal dengan jumlah item 9 pernyataan, dan Pemanfaatan *E-commerce* dengan jumlah item 8 pernyataan, tidak ada pernyataan yang gugur sehingga dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dapat digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana kuisisioner penelitian dapat dipercaya maupun diandalkan. Kuisisioner dapat dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama pada saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu berbeda atau memberikan hasil yang tetap.

Penelitian ini menggunakan pengujian reliabilitas secara internal. Untuk pengukuran reliabilitas internal digunakan salah satu teknik statistic *Cronbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

K = mean kuadrat antara subjek
 $\sum \sigma_b^2$ = mean kuadrat kesalahan
 σ_t^2 = varians total

Jika berdasarkan perhitungan rumus diatas menghasilkan koefisien >0,60 maka instrument penelitian tersebut reliabel. Namun, jika koefisien <0,60 maka instrument tersebut tidak reliabel dan harus dilakukan perubahan instrument penelitian (Deni Dermawan, 2013: 180). Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas kuesioner yang telah disebar ke 30 responden.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya saing UMKM	0,699	Reliabel
Kesiapan Modal	0,724	Reliabel
Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	0,660	Reliabel

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2017.

Berdasarkan hasil tabel yang telah diolah diatas menunjukkan bahwa semua variabel reliabel.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian merupakan suatu kegiatan yang sangat penting dan memerlukan ketelitian serta kekritisan dari peneliti. Pola analisis mana yang akan digunakan, apakah analisis statistik atau nonstatistik

perlu dipertimbangkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, ada beberapa teknik yang digunakan.

1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis statistik deskriptif ini meliputi nilai maksimum, minimum, dan rata-rata (*mean*) dari variabel-variabel penelitian. Hal ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu kesiapan modal terhadap daya saing UMKM, pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM, dan kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM. Analisis deskripsi ini diolah dengan jumlah responden x 100%.

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Dimana:

P : Persentasi

f : frekuensi

n : Jumlah responden

100% : Bilangan Tetap

2. Analisis Prasyarat

a. Uji Linieritas

Para pemakai statistika sering tidak memperhatikan asumsi atau pancaran titik. Mereka langsung menggunakan rumus-rumus pada analisis regresi linear dan mengambil keputusan sehingga dapat

menimbulkan kekeliruan. Dari hal ini, peneliti harus menggunakan uji linieritas. Uji linieritas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara signifikan (Hotman Simbolon, 2009: 235).

b. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji statistik untuk menentukan apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Residual ini merupakan selisih antara nilai duga (*predicted value*) dengan nilai pengamatan sebenarnya apabila data yang digunakan adalah data sampel. Uji ini dilakukan karena sering kali sebelum melakukan pengolahan data pada suatu pengamatan populasi, banyak peneliti berasumsi bahwa populasi yang diamati tersebut berdistribusi normal. Adanya asumsi ini akan mengakibatkan kesalahan yang fatal jika tidak sesuai dengan kondisi riil dalam penelitian yang dilakukan (Dermawan Wibisono, 2013: 181). Untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak dapat digambarkan melalui sebuah grafik. Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antarvariabel independen pada model regresi. Semakin kecil korelasi antar independen maka akan semakin baik untuk model regresi yang digunakan (Nisfiannoor, 2008: 92). Perhitungan nilai

VIF (*Variance Inflation Factor*) didapatkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{VIF} = 1 / (1 - R^2)$$

Dimana:

VIF : Nilai Inflation factor

R^2 : Nilai determinasi serentak

Jika dari perhitungan diatas, besar VIF mendekati nilai 1 berarti mencerminkan tidak terdapatnya multikolinieritas. Selain itu, dalam mengukur multikolinieritas juga dapat dilakukan dengan menggunakan besaran TOLERANCE (Tol) dengan rumus:

$$\text{Tol} = (1 - R^2)$$

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dalam hal ini, model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. (Husein Umar, 2008: 179).

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan untuk menerima atau menolak suatu hipotesis. Pengujian juga dapat memberikan kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan yang bersifat objektif. Jika yang

dihipotesis adalah masalah statistic, maka hipotesis tersebut disebut dengan hipotesis statistic. Ada beberapa cara dalam mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Salah satunya dengan analisis regresi sederhana dan regresi linier berganda. Untuk penjelasan analisis tersebut dapat diketahui sebagai berikut:

a. Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Hipotesis tersebut disebutkan sebagai berikut:

Hipotesis untuk variabel kesiapan modal (Hipotesis 1) :

H_0 : Kesiapan Modal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

H_1 : Kesiapan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta

Hipotesis untuk variabel pemanfaatan E-commerce (Hipotesis2):

H_0 : Pemanfaatan E-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

H_1 : Pemanfaatan E-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sleman.

a = Konstanta

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasari pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce*.

(Sugiyono, 2012 :261)

Untuk menguji apakah dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) mempunyai hubungan yang kuat atautkah tidak kuat dan apakah hubungan tersebut positif atau negative perlu dilakukan uji koefisien korelasi. Rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - (\sum_{i=1}^n X_i)(\sum_{i=1}^n Y_i)}{\sqrt{n \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2 + \sqrt{n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2}}$$

Untuk mencari koefisien determinasi sederhana (r^2) atau variabel X_1 dengan Y, X_2 dengan Y menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$r^2(x_1y) = \frac{a_1 \sum x_1y}{\sum Y^2}$$

$$r^2(x_2y) = \frac{a_2 \sum x_2y}{\sum Y^2}$$

Dimana :

$r^2(x_1y)$ = Koefisien determinasi antara X_1 dan Y

$r^2(x_2y)$ = Koefisien determinasi antara X_2 dan Y

a1 = Koefisien Kesiapan Modal

a2 = Koefisien pemanfaatan *E-commerce*

$\sum X_1 Y$ = Jumlah Produk x_1 dengan Y
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat Daya Saing UMKM

Untuk mencari apakah korelasi r yang didapat ada artinya atau tidak, perlu diadakan pengujian hipotesis bahwa H_0 atau tidak berarti melawan $H_1 \neq 0$ atau mempunyai arti. Dalam memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang ada pada tabel dibawah ini.

Tabel 6. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Pengujian signifikansi koefisien korelasi, selain dapat menggunakan tabel, juga dapat dihitung dengan uji t. untuk rumus uji t dapat dilihat sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : Nilai t_{hitung}

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah sampel

(Sugiyono, 2010:230-231)

Dari perhitungan diatas, untuk kriteria pengambilan kesimpulan jika nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain

itu, dapat juga membandingkan antara harga t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga H_0 ditolak. Hal ini berarti terdapat hubungan positif dan nilai koefisien korelasi antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Hipotesis 1 dan 2 dalam penelitian ini juga didukung apabila nilai signifikansi lebih kecil daripada *level of significan* ($sig < \alpha$) berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. H_a diterima H_0 ditolak. Namun apabila nilai signifikansi lebih besar daripada *level of significan* ($sig < \alpha$) berarti tidak berpengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual (Bhuono Agung Nugroho. 2005:54-55).

b. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji variable bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam hal ini, peneliti menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis ke tiga yaitu:

H_0 : Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

H_1 : Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman
Yogyakarta.

Persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana :

Y = Daya saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di
Kabupaten Sleman

a = Konstanta

X₁ = Kesiapan Modal

X₂ = Pemanfaatan *E-commerce*

1) Menghitung korelasi ganda untuk dua variabel independen dan
satu variabel dependen:

$$R_{y. x_1 x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1 x_2}}{1 - r_{x_1 x_2}^2}}$$

Dimana :

$R_{y.x_1x_2}$ = Korelasi antara variabel kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* secara bersama-sama dengan daya saing UMKM.

r_{yx_1} = Korelasi antara kesiapan modal dengan daya saing UMKM

r_{yx_2} = Korelasi antara pemanfaatan *e-commerce* dengan daya saing
UMKM

$r_{x_1 x_2}$ = Korelasi antara kesiapan modal dengan pemanfaatan *e-commerce*.

Untuk dapat menghitung persamaan diatas, maka harus dihitung terlebih dahulu korelasi sederhananya dulu melalui korelasi *Product Moment* dari Pearson.

(Sugiyono, 2010:234)

Dari rumus diatas dapat disimpulkan bahwa jika variabel bebas (Kesiapan modal) meningkat dengan asumsi variabel pemanfaatan *e-commerce* tetap, maka daya saing UMKM Kab.

Sleman akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika salah satu dari variabel bebas menurun dengan asumsi variabel bebas kedua tetap maka akan terjadi penurunan daya saing UMKM di Kab. Sleman.

- 2) Mencari koefisien determinasi (r^2) antara prediktor X_1 dan X_2 dengan kriterium Y dengan menggunakan rumus :

$$R^2 y(X_1X_2) = a_1 \sum X_1Y + a_2 \sum X_2Y / \sum Y^2$$

Dimana :

$R^2 y(X_1X_2)$ = koefisien determinasi antara X_1 dan X_2 dengan Y

a_1 = koefisien kesiapan modal

a_2 = koefisien pemanfaatan *E-commerce*

$\sum X_1Y$ = jumlah produk X_1 dengan Y

$\sum X_2Y$ = jumlah produk X_2 dengan Y

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Peneliti menggunakan rumus diatas, untuk mengetahui seberapa besar proporsi variabel bebas (Kesiapan modal dan pemanfaatan *E-commerce*) terhadap variabel terikat (daya saing UMKM di Kabupaten Sleman). Dengan begitu, peneliti dapat mengetahui Kesiapan modal mempunyai proporsi seberapa besar untuk daya saing, begitu juga untuk pemanfaatan *E-commerce*. Jika dari dua variabel bebas memiliki proporsi yang sama tetapi masih ada proporsi yang tersisa, berarti ada variabel bebas selain variabel disebutkan diatas yang dapat mempengaruhi daya saing UMKM di Kabupaten Sleman.

3) Menguji Signifikansi dengan uji F

Untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Kesiapan Modal dan *E-commerce* secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Daya Saing UMKM perlu dilakukan signifikansi uji F. F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Formula tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel independen

N = Jumlah anggota sampel

Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Signifikansi disini diartikan H_a diterima dan H_o ditolak. Jika nilai F_{hitung} lebih kecil pada *level of significant* (sig. $<\alpha$) berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. H_a diterima dan H_o ditolak. Namun apabila nilai signifikansi lebih besar dari *level of significant* (sig. $<\alpha$) berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama individual (Bhuono Agung Nugroho. 2005:54-55).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

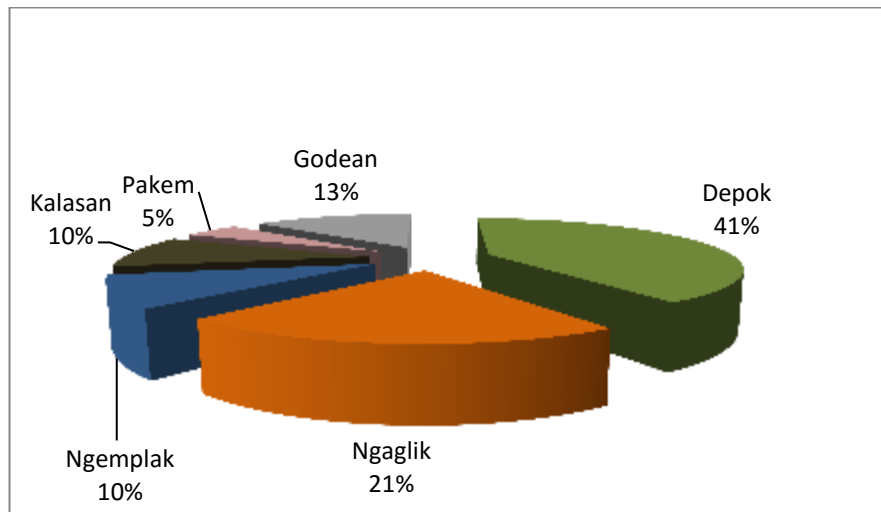
Data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan disebarikan di beberapa kecamatan di Sleman yaitu, Depok, Ngemplak, Ngaglik, Kalasan, Pakem, dan Godean sejumlah 216 UMKM. Jumlah data UMKM ini didasarkan dengan dengan berbagai jenis usaha, seperti souvenir, fashion, elektronik, pengrajin bunga, makanan dan minuman, serta bagian jasa. Selain itu, penelitian ini juga didasarkan atas sasaran pembagian wilayah, sasaran lama usaha, dan sasaran omset. Hal ini dapat dilihat pada tabel pendistribusian sebagai berikut.

a. Sasaran Pembagian Wilayah

Tabel 7. Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Wilayah.

No	Wilayah Usaha	Jumlah	Persentase
1	Kecamatan Depok	88	41%
2	Kecamatan Ngaglik	46	21%
3	Kecamatan Ngemplak	21	10%
4	Kecamatan Kalasan	22	10%
5	Kecamatan Pakem	10	5%
6	Kecamatan Godean	29	13%
	Jumlah	216	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017



Gambar 2. Diagram Lingkaran Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Wilayah.

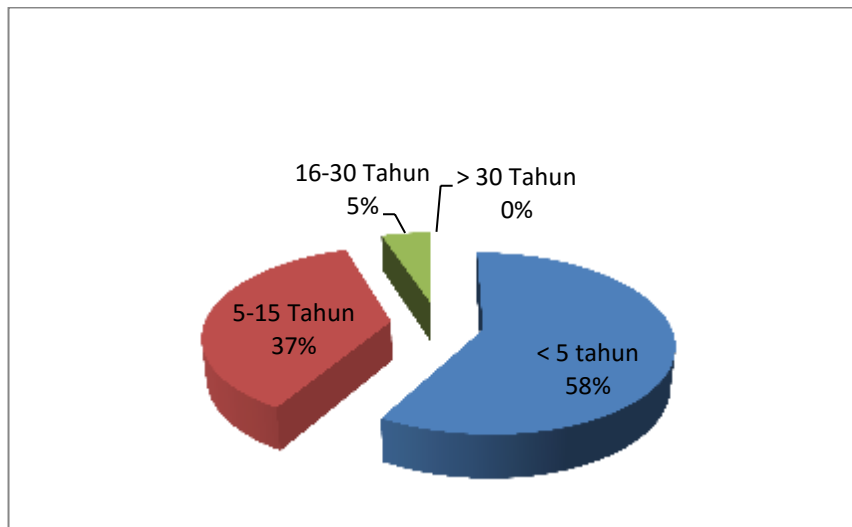
Data tersebut menunjukkan jumlah presentase responden berdasarkan wilayah di beberapa kecamatan yang ada di Sleman. Hal ini menunjukkan Kecamatan Depok memiliki jumlah terbesar yaitu sebanyak 41% (88 UMKM), Ngaglik sebesar 21% (46 UMKM), Godean sebesar 13% (29 UMKM), Ngeplak sebesar 10% (21 UMKM), Kalasan sebesar 10% (22 UMKM), dan yang memiliki jumlah terkecil yaitu Pakem sebesar 5% (10 UMKM).

b. Sasaran Keberlangsungan Usaha

Tabel 8. Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Keberlangsungan Usaha

No	Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1	< 5 Tahun	126	58%
2	5 – 15 Tahun	79	37%
3	16 – 30 tahun	11	5%
4	>30 tahun	0	0
	Jumlah	216	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.



Gambar 3. Diagram Lingkaran Distribusi Karakteristik Responden Sesuai Keberlangsungan Usaha.

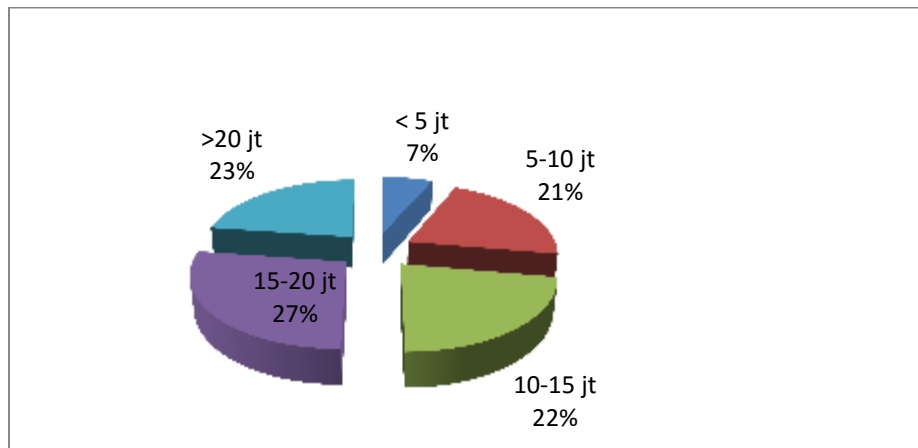
Pada gambar diatas dapat diketahui adanya jumlah tertinggi terdapat pada rentang usaha < 5 tahun sebesar 58% dengan jumlah 125 UMKM, selanjutnya rentang 5-15 tahun sebesar 37% dengan jumlah 79 UMKM, dan rentang 16-30 tahun sebesar 5% dengan jumlah 11 UMKM. Untuk rentang terendah bahkan tidak ada terdapat pada rentang > 30 tahun.

c. Sasaran Omset per bulan.

Tabel 9. Distribusi Karakteristik Responden berdasarkan omset Per Bulan.

No	Jumlah Omset	Jumlah	Persentase
1	<Rp 5.000.000	14	7%
2	Rp 5.000.000-10.000.000	46	21%
3	Rp 10.000.000-15.000.000	48	22%
4	Rp 15.000.000-20.000.000	59	27%
5	>Rp 20.000.000	49	23%
	Jumlah	216	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.



Gambar 4. Diagram Lingkaran Distribusi Karakteristik Responden berdasarkan omset Per Bulan.

Pada diagram diatas dapat diketahui bahwa jumlah omset UMKM per bulan memiliki penyebaran yang merata, kecuali pada omset < Rp 5.000.000 yang hanya mencapai 7% dengan jumlah 14 UMKM.

B. Deskripsi Data Khusus.

Penelitian ini dilakukan dengan sampel sebanyak 216 pelaku UMKM dan disebarakan pada bulan Januari-Maret 2017. Kuesioner disebarakan sebanyak 222 buah, 216 buah untuk memenuhi sampel berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dan 6 buah sampel sebagai cadangan. Dari 222 kuesioner yang diberikan kepada pelaku UMKM, kuesioner yang memenuhi kriteria dan dapat diolah 216 buah. Berikut merupakan rincian penyebaran kuesioner.

Tabel 10. Rincian Penyebaran Kuesioner

No	Status Kuesioner	Keterangan	Jumlah
1	Dapat Diolah	Lengkap	216
2	Kosong	Dikembalikan	5
3	Tidak Dapat Diambil	Dihilangkan Responden	1

C. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi mean, median, modus dari setiap variabel. Metode statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran setiap variabel penelitian. Deskripsi data pada masing-masing variabel secara rinci dapat dilihat sebagai berikut.

a. Daya Saing UMKM.

Kuesioner variabel daya saing UMKM terdiri dari 13 item pernyataan. Nilai tertinggi sejumlah 52 dan nilai terendah sejumlah 32. Untuk mean pada variabel ini adalah 41,70 dengan standar deviasi sebesar 4,61. Data ini dianalisis menggunakan bantuan *SPSS versi 17*. Untuk menyusun tabel distribusi frekuensi dilakukan perhitungan-perhitungan sebagai berikut:

1) Menentukan rentang skor (R)

$$\begin{aligned} R &= \text{Nilai Maximum} - \text{Nilai Minimum} \\ &= 52 - 32 \\ &= 20 \end{aligned}$$

2) Menentukan jumlah kelas interval (K)

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 216 \\ &= 8,6 \approx 9 \end{aligned}$$

3) Menentukan Panjang Kelas (P)

$$\begin{aligned}
 P &= \text{Rentang skor} : \text{Kelas interval} \\
 &= 20 : 9 \\
 &= 2,22 \approx 3
 \end{aligned}$$

Pembulatan pada penentuan lebar kelas keatas dilakukan untuk meniadakan resiko adanya data yang tidak masuk dalam kelompok yang telah ditentukan.

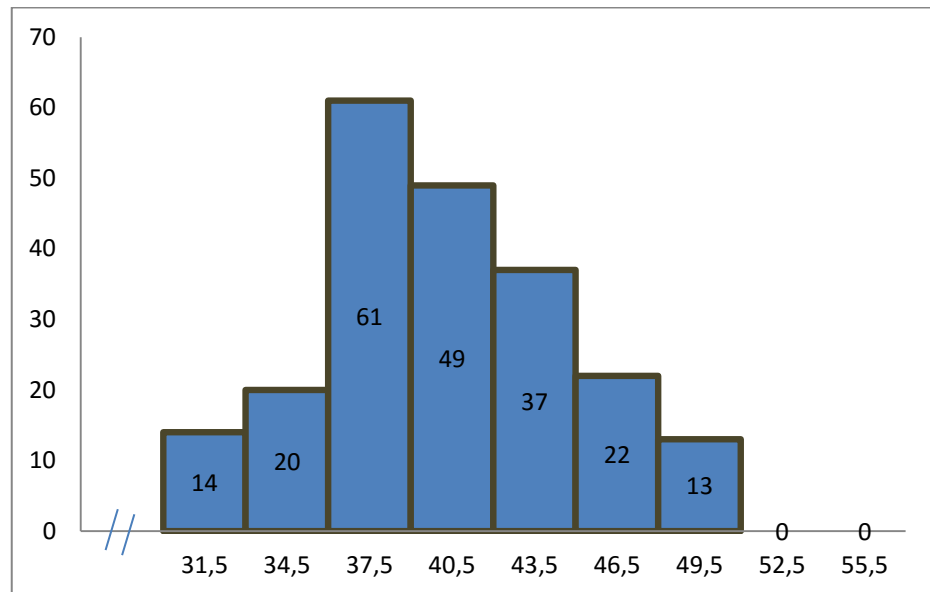
Distribusi yang disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, caranya batas bawah kelas pertama diambil dari nilai terkecil dan kemudian dijumlahkan dengan lebar kelas dikurangi 1.

$32 + 3 - 1 = 34$ dan seterusnya. Untuk lebih memahami bisa dilihat pada tabel distribusi frekuensi berikut ini.

Tabel 11. Distribusi frekuensi Daya Saing UMKM

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif	Frekuensi Kumulatif
1	32 – 34	14	6,5%	6,5%
2	35 – 37	20	9,3%	15,7%
3	38 – 40	61	28,2%	44%
4	41 – 43	49	22,7%	66,7%
5	44 – 46	37	17,1%	83,8%
6	47 – 49	22	10,2%	94,0%
7	50 – 52	13	6%	100%
8	53 – 55	0	0%	100%
9	56 – 58	0	0%	100%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dibuat histogram sebagai berikut:



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi Daya Saing UMKM

Tabel 11 menunjukkan frekuensi paling besar ada sebanyak 61 UMKM pada interval antara 38-40 dengan persentase sebesar 28,2% sedangkan frekuensi paling rendah atau tidak ada sama sekali ada pada interval 53-55 dan 56-58. Hal ini dapat dilihat pada histogram di gambar 5. Berdasarkan data daya saing UMKM tersebut, maka dapat dikategorikan daya saing UMKM untuk mengetahui rentang skor dan jumlah responden yang masuk kategori tinggi, sedang maupun rendah. Perhitungan pengkategorian variabel daya saing UMKM sebagai berikut:

$$X_{\min i} = 13 \times 1 = 13$$

$$X_{\max i} = 13 \times 4 = 52$$

$$Mi = \frac{1}{2} (52+13) = 32,5$$

$$SDi = \frac{1}{6} (52-13) = 6,5$$

Dari perhitungan di atas dapat dikategorikan dalam 3 kelompok berikut ini :

$$\begin{aligned} \text{Kelompok kurang} &= X < (M_i - SD_i) \\ &= X < 26 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok Sedang} &= (M_i - SD_i) \geq X < (M_i + SD_i) \\ &= 26 \geq X < 39 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok Tinggi} &= X \geq (M_i + SD_i) \\ &= X \geq 39 \end{aligned}$$

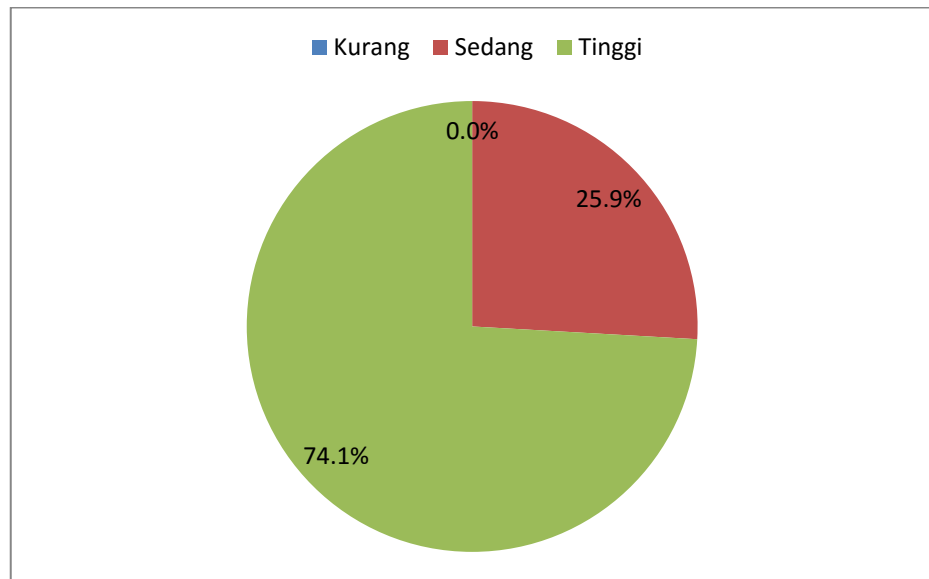
Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diperoleh kriteria kategori variabel kesiapan modal sebagai berikut:

Tabel 12. Distribusi Kecenderungan Data Variabel Daya Saing UMKM

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif	Kategori
1	$X \geq 39$	160	74,1%	Tinggi
2	$26 \geq X < 39$	56	25,9%	Sedang
3	$X < 26$	0	0,5%	Rendah
Total		216	100%	

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel kategori kecenderungan daya saing UMKM dapat diketahui bahwa daya saing masuk pada kategori tinggi sebesar 74,1%, selanjutnya kategori sedang sebesar 25,9 % dan untuk kategori rendah 0%. Data tersebut dapat digambarkan dalam *Pie Chart* (diagram Lingkaran) sebagai berikut.



Gambar 6. *Pie Chart* Kecenderungan Daya Saing UMKM

Berdasarkan gambar diagram diatas dapat disimpulkan bahwa kecenderungan Variabel Daya Saing UMKM berada pada kategori tinggi sebesar 74,1%.

b. Kesiapan Modal

Kuesioner kesiapan modal terdiri dari 9 item pertanyaan. Data dianalisis menggunakan *SPSS versi 17* sehingga dapat diketahui nilai tertinggi sebesar 34, nilai terendah sebesar 21, mean = 27,17 dan standar deviasi = 2,96. Untuk menyusun tabel distribusi frekuensi dilakukan perhitungan-perhitungan sebagai berikut:

1) Menentukan rentang skor (R)

$$\begin{aligned}
 R &= \text{Nilai Maximum} - \text{Nilai Minimum} \\
 &= 34 - 21 \\
 &= 13
 \end{aligned}$$

2) Menentukan jumlah kelas interval (K)

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 216 \\ &= 8,59 \approx 9 \end{aligned}$$

3) Menentukan Panjang Kelas(P)

$$\begin{aligned} P &= \text{Rentang skor} : \text{Kelas interval} \\ &= 13 : 9 \\ &= 1,44 \approx 2 \end{aligned}$$

Distribusi yang disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, caranya batas bawah kelas pertama diambil dari nilai terkecil dan kemudian dijumlahkan dengan lebar kelas dikurangi 1.

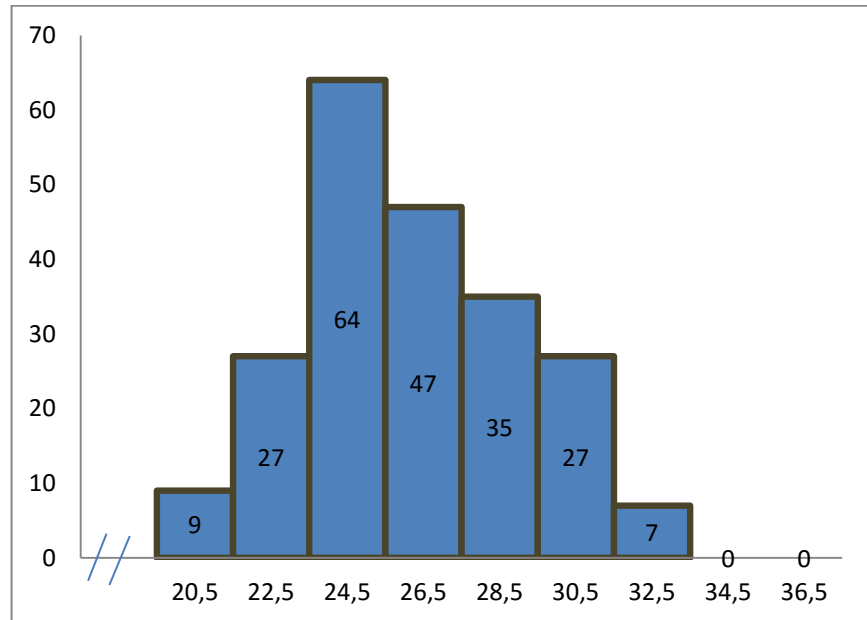
$21 + 2 - 1 = 22$ dan seterusnya. Untuk lebih memahami bisa dilihat pada tabel distribusi frekuensi berikut ini.

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Kesiapan Modal

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif	Frekuensi Kumulatif
1	21 – 22	9	4,2%	4,2%
2	23 – 24	27	12,5%	16,7%
3	25 – 26	64	29,6%	46,3%
4	27 – 28	47	21,8%	68,1%
5	29 – 30	35	16,2%	84,3%
6	31 – 32	27	12,5%	96,8%
7	33 – 34	7	3,2%	100%
8	35 – 36	0	0%	100%
9	37 – 38	0	0%	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dibuat histogram sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi Kesiapan Modal

Tabel 13 menunjukkan bahwa frekuensi paling besar adalah 64 pada interval antara 25-26 dengan persentase sebesar 29,6%, hal ini terlihat jelas pada histogram diatas sedangkan frekuensi paling rendah atau tidak memiliki frekuensi terjadi pada interval 35 – 36, 37 – 38 dengan persentase 0%. Berdasarkan data kesiapan modal tersebut, maka dapat dikategorikan kesiapan modal untuk mengetahui rentang skor dan jumlah responden yang masuk kategori tinggi, sedang, maupun rendah. Perhitungan pengkategorian variabel kesiapan modal sebagai berikut:

$$X_{\min i} = 9 \times 1 = 9$$

$$X_{\max i} = 9 \times 4 = 36$$

$$Mi = \frac{1}{2} (36+9) = 22,5$$

$$SDi = \frac{1}{6} (36-9) = 4,5$$

Dari perhitungan di atas dapat dikategorikan dalam 3 kelompok berikut ini :

$$\begin{aligned} \text{Kelompok kurang} &= X < (Mi - SDi) \\ &= X < 18 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok Sedang} &= (Mi - SDi) \geq X < (Mi + SDi) \\ &= 18 \geq X < 27 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kelompok Tinggi} &= X \geq (Mi + SDi) \\ &= X \geq 27 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diperoleh kriteria kategori variabel kesiapan modal sebagai berikut:

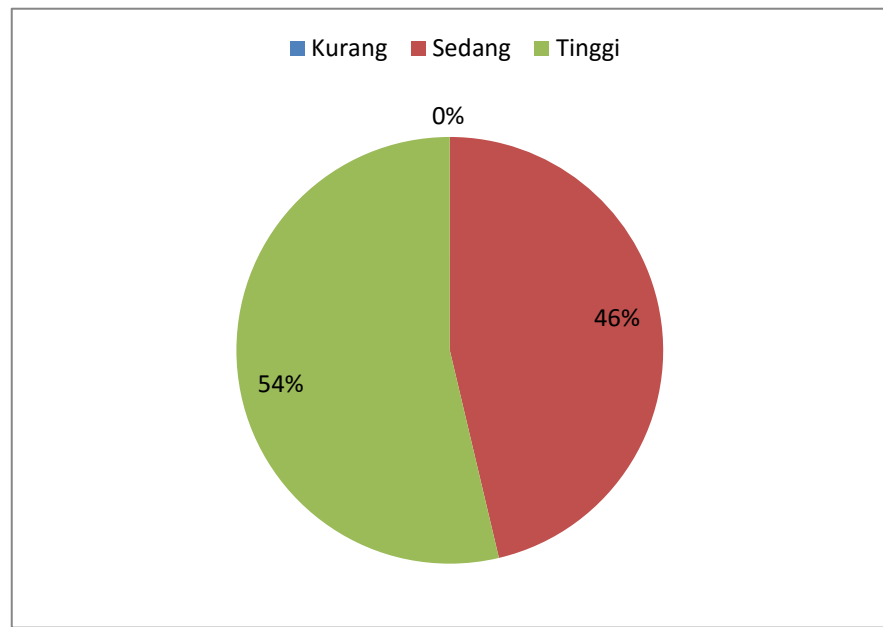
Tabel 14. Distribusi Kecenderungan Data Variabel Kesiapan Modal.

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif	Kategori
1	$X \geq 27$	116	54%	Tinggi
2	$18 \geq X < 27$	100	46%	Sedang
3	$X < 18$	0	0%	Rendah
Total		216	100%	

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel kategori kecenderungan kesiapan modal dapat diketahui bahwa kesiapan modal lebih mendominasi pada kategori tinggi sebesar 54% dan kategori sedang sebesar 46%. Sementara untuk kategori rendah sama sekali tidak ada. Data tersebut

dapat digambarkan dalam *Pie Chart* (diagram Lingkaran) sebagai berikut.



Gambar 8. *Pie Chart* Kecenderungan Kesiapan Modal

Berdasarkan gambar diagram diatas dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel kesiapan modal UMKM berada pada kategori tinggi sebesar 54 % meskipun hanya selisih sedikit dari kategori rendah.

c. Pemanfaatan *E-commerce*

Kuesioner variabel pemanfaatan *e-commerce* terdiri dari 8 item pernyataan. Nilai tertinggi pada variabel ini adalah 44 dan nilai terendah sejumlah 15. Mean pada variabel ini adalah 25,23 dan standar deviasi sejumlah 3,17. Untuk menyusun tabel distribusi frekuensi dilakukan perhitungan-perhitungan sebagai berikut:

1) Menentukan rentang skor (R)

$$\begin{aligned} R &= \text{Nilai Maximum} - \text{Nilai Minimum} \\ &= 44 - 15 = 29 \end{aligned}$$

2) Menentukan jumlah kelas interval (K)

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 216 \\ &= 8,59 \approx 9 \end{aligned}$$

3) Menentukan Panjang Kelas(P)

$$\begin{aligned} P &= \text{Rentang Skor} : \text{Kelas Interval} \\ &= 29 : 9 \\ &= 3,2 \approx 4 \end{aligned}$$

Distribusi yang disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, caranya batas bawah kelas pertama diambil dari nilai terkecil dan kemudian dijumlahkan dengan lebar kelas dikurangi 1.

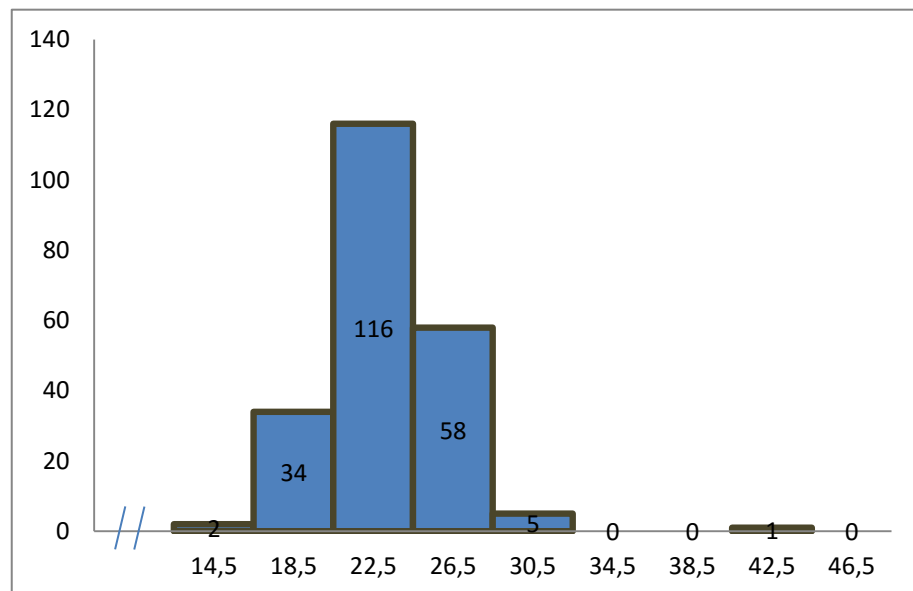
$15 + 4 - 1 = 18$ dan seterusnya. Untuk lebih memahami bisa dilihat pada tabel distribusi frekuensi berikut ini.

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Pemanfaatan *E-commerce*

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif	Frekuensi Kumulatif
1	15 – 18	2	0,9%	0,9%
2	19 – 22	34	15,7%	16,7%
3	23 – 26	116	53,7%	70,4%
4	27 – 30	58	26,9%	97,2%
5	31 – 34	5	2,3%	99,5%
6	35 – 38	0	0%	99,5%
7	39 – 42	0	0%	99,5%
8	43 – 46	1	0,5%	100%
9	47 – 50	0	0%	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dibuat histogram sebagai berikut:



Gambar 9. Histogram Distribusi Frekuensi Pemanfaatan *E-commerce*

Tabel 15 menunjukkan frekuensi paling besar ada sebanyak 116 pada interval antara 23-26 dengan persentase sebesar 53,7%

sedangkan frekuensi paling rendah atau tidak memiliki frekuensi terjadi pada interval 15 – 18 sebesar 0,9%, 31 – 34 sebesar 2,8%, 35 – 38 (0%), 39 – 42 (0%), 41 – 45 (0,5%), 45 – 49 (0%). Hal ini terlihat juga pada histogram distribusi frekuensi pemanfaatan *e-commerce*. Berdasarkan data pemanfaatan *e-commerce* tersebut, maka dapat dikategorikan pemanfaatan *e-commerce* untuk mengetahui rentang skor dan jumlah responden yang masuk kategori tinggi, sedang maupun rendah. Perhitungan pengkategorian variabel kesiapan modal sebagai berikut:

$$X_{\min i} = 8 \times 1 = 8$$

$$X_{\max i} = 8 \times 4 = 32$$

$$M_i = \frac{1}{2} (32+8) = 20$$

$$SD_i = \frac{1}{6} (32-8) = 4$$

Dari perhitungan di atas dapat dikategorikan dalam 3 kelompok berikut ini :

$$\text{Kelompok kurang} = X < (M_i - SD_i)$$

$$= X < 16$$

$$\text{Kelompok Sedang} = (M_i - SD_i) \geq X < (M_i + SD_i)$$

$$= 16 \geq X < 24$$

$$\text{Kelompok Tinggi} = X \geq (M_i + SD_i)$$

$$= X \geq 24$$

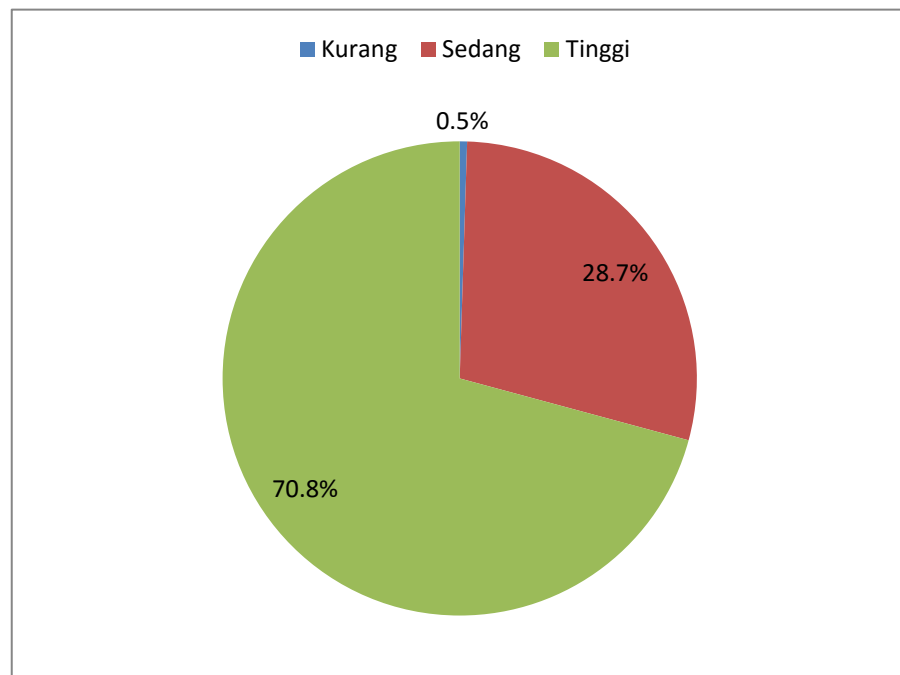
Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diperoleh kriteria kategori variabel kesiapan modal sebagai berikut:

Tabel 16. Distribusi Kecenderungan Data Variabel Pemanfaatan *E-commerce*.

No	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif	Kategori
1	$X \geq 24$	153	70,8%	Tinggi
2	$16 \geq X < 24$	62	28,7%	Sedang
3	$X < 16$	1	0,5%	Rendah
	Total	216	100%	

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel kategori kecenderungan pemanfaatan *e-commerce* dapat diketahui bahwa pemanfaatan *e-commerce* lebih mendominasi pada kategori tinggi sebesar 70,8%, selanjutnya kategori sedang sebesar 28,7%. Sementara untuk kategori rendah hanya sebesar 0,5%. Data tersebut dapat digambarkan dalam *Pie Chart* (diagram Lingkaran) sebagai berikut.



Gambar 10. *Pie Chart* Kecenderungan Pemanfaatan *E-commerce*

Berdasarkan gambar diagram diatas dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Pemanfaatan *E-commerce* UMKM berada pada kategori tinggi sebesar 70,8%.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Metode yang dipakai adalah *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* dengan menggunakan bantuan *SPSS versi 17*. Distribusi data dikatakan normal apabila nilai p dari *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* > 0,05 dan dikatakan tidak normal bila sebaliknya. Jika nilai hasil Uji K-S lebih besar dibandingkan dengan taraf signifikansi 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan alat bantu *SPSS versi 17*.

Tabel 17. Hasil Uji Normalitas

Model	<i>n</i>	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Residual Regression	216	0,284	Normal

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Berdasarkan uji normalitas pada tabel 17, diperoleh nilai K-S sebesar 0,987 (terdapat pada lampiran 7) yang artinya nilai tersebut melebihi dari 0,05 dan nilai signifikansinya sebesar 0,284 telah melebihi dari 0,05. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa residual regresi penelitian berdistribusi normal artinya nilai selisih antara nilai duga (*predicted value*) dengan nilai pengamatan sebenarnya sebesar 0,987 dan nilai tersebut telah melebihi dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Asumsi normal tersebut tidak pada per variabel, melainkan pada residual.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas dengan variabel terikat memiliki hubungan secara linier atau tidak. Uji linearitas ini dilakukan dengan uji statistik F, apabila nilai F hitung \leq F tabel maka dinyatakan linier. Uji ini juga menggunakan harga koefisien signifikansi. Jika signifikansi $> 0,05$ maka hubungan antar variabel dapat dikatakan linear.

Tabel 18. Hasil Uji Linieritas

Hubungan Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kesiapan Modal	0,195	Linier
Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	0,06	Linier

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017

Dari hasil uji linieritas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki nilai *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05 dan signifikansi $\leq 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variabel penelitian tentang kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* memiliki hubungan linier secara signifikan dengan daya saing UMKM. Linier secara signifikan berarti apabila salah satu dari variabel bebas, yaitu kesiapan modal atau pemanfaatan *e-commerce* mengalami perubahan nilai maka variabel daya saing juga akan mengalami perubahan yang sama. Begitu juga sebaliknya. Dengan begitu hubungan yang linear secara signifikan dapat digunakan untuk uji regresi linier.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dengan menyelidiki besarnya interkolerasi antar variabel bebas. Ada tidaknya multikolinieritas bisa dilihat dari besarnya *Tolerance value* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Jika nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi multikolinieritas. Untuk hasil uji multikolinieritas dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 19. Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
1	Kesiapan Modal	0,73	1,37	Tidak terjadi multikolinieritas
2	Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	0,73	1,37	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Berdasarkan dari hasil uji multikolonieritas diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance 0,73 berarti $\geq 0,1$ dan nilai VIF sebesar 1,37 yang menunjukkan ≤ 10 sehingga tidak terjadi multikolinieritas atau variabel bebas, kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* tidak memiliki korelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam pengujian ini, digunakan model *Glejser*

untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Tabel uji heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut

Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Glejser

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Kesiapan Modal	0,849	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	0,000	Terjadi Heterokedastisitas

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2017.

Dari hasil pengujian diatas diketahui bahwa variabel kesiapan modal memiliki nilai signifikansi 0,849 artinya nilai tersebut melebihi dari 0,05 sehingga variabel ini dikatakan tidak memiliki heteroskedastisitas dan memenuhi syarat uji heteroskedastisitas. Akan tetapi hal lain terjadi pada variabel *e-commerce* yang memiliki permasalahan heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Konsekuensi dari terjadi heteroskedastisitas dapat mengakibatkan penduga OLS yang diperoleh tetap memenuhi persyaratan tak bias, tetapi varian yang diperoleh menjadi tidak efisien, artinya varian cenderung membesar sehingga tidak lagi merupakan varian yang kecil. Dengan demikian model perlu diperbaiki dulu agar pengaruh dari heteroskedastisitas hilang (Gujarati,2007).

Metode Weighted Least Square (WLS) merupakan metode alternative yang dapat mengatasi heteroskedastisitas. Metode WLS sama halnya seperti metode OLS dengan meminimumkan jumlah sisaan hanya saja pada metode WLS dilakukan pembobotan suatu faktor yang tepat kemudian baru menggunakan metode OLS terhadap data yang telah diboboti. Mekanisme kerja WLS yaitu apabila varian variabel gangguan

tidak diketahui maka untuk menyelesaikan masalah heteroskedastisitas adalah dengan mengetahui pola heteroskedastisitas itu sendiri, jika variabel gangguan proporsional terhadap X_i maka model akan dibagi dengan $\sqrt{X_i}$, jika varian variabel gangguan adalah proporsional terhadap X_i^2 sehingga model akan dibagi dengan X_i , selain proporsional dengan dan bisa juga diasumsikan bahwa pola varian variabel gangguan adalah proporsional terhadap $[E(Y_i)]^2$ sehingga dibagi dengan $E(Y_i)$ (Gujarati, 2007).

E. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk hipotesis pertama dan kedua. Sedangkan untuk hipotesis ketiga digunakan teknis analisis regresi berganda. Hasil pengujian dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis pertama

Hipotesis pertama yang diuji dalam penelitian ini adalah Kesiapan modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan analisis regresi sederhana. Berikut ini adalah ringkasan hasil pengujian hipotesis pertama.

Tabel 21. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Model*	Koef	r_{x1y}	r^2_{x1y}	t_{hitung}	P	Taraf signifikansi	Ket
Constant)	19,845						
X1	0,805	0,518	0,268	8,851	5%	0,000	Positif dan signifikan

*) Variabel terikat : Daya Saing UMKM

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil analisis regresi sederhana dengan satu prediktor menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r_{x1y}) bernilai 0,518 yang berarti terdapat hubungan positif antara kesiapan modal terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi variabel kesiapan modal terhadap daya saing UMKM, t hitung sebesar 8,851 kemudian dilihat pada tabel t_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% sebesar 1,97. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($8,851 > 1,97$) sehingga menunjukkan bahwa kesiapan modal berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung korelasi determinasi. Berdasarkan ringkasan dari hasil pengujian hipotesis pertama diatas, koefisien determinasi sebesar 0,268 atau 26,8% yang artinya variabel kesiapan modal memiliki pengaruh sebesar 26,8% terhadap variabel daya saing UMKM dan untuk sisanya sebesar 73,2 dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi dapat dinyatakan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 19,845 + 0,805 X_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan adanya nilai korelasi bernilai positif sebesar 0,805 antara kesiapan modal dan daya saing UMKM. Ini berarti jika nilai kesiapan modal (X_1) naik satu satuan maka Daya Saing UMKM (Y) naik sebesar 0,805 sehingga semakin besar kesiapan modal maka akan semakin besar daya saing UMKM.

Untuk mengetahui apakah Hipotesis diterima dapat dilihat pada r hitung sebesar 0,518 sementara r tabel sebesar 0,134. Ini berarti r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga hipotesis yang berbunyi “Kesiapan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta diterima.

2. Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua yang diuji dalam penelitian ini adalah pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan analisis regresi sederhana. Berikut ini adalah ringkasan hasil pengujian hipotesis pertama.

Tabel 22. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Model*	Koef	r_{x_2y}	$r^2_{x_2y}$	t_{hitung}	P	Taraf signifikansi	Ket
Constant)	25,496						Positif dan signifikan
X2	0,642	0,442	0,195	7,202	5%	0,000	

*) Variabel terikat : Daya Saing UMKM

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil analisis regresi sederhana dengan satu prediktor menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r_{x_2y}) bernilai

0,442 yang berarti terdapat hubungan positif antara kesiapan modal terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan variabel pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM, t hitung sebesar 8,851 pada tabel 26 dan kemudian dilihat pada tabel t tabel dengan taraf signifikansi 5% sebesar 1,97. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($7,202 > 1,97$) sehingga menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung korelasi determinasi. Berdasarkan ringkasan dari hasil pengujian hipotesis pertama diatas, koefisien determinasi sebesar 0,195 atau 19,5% yang artinya variabel pemanfaatan *e-commerce* memiliki pengaruh sebesar 19,5% terhadap variabel daya saing UMKM dan untuk sisanya sebesar 80,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi dapat dinyatakan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 25,496 + 0,642 X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan adanya nilai korelasi bernilai positif sebesar 0,642 antara pemanfaatan *e-commerce* dan daya saing UMKM. Ini berarti jika nilai pemanfaatan *e-commerce* (X_2) naik satu satuan maka Daya Saing UMKM (Y) naik sebesar 0,642 sehingga semakin besar pemanfaatan *e-commerce* maka akan semakin besar daya saing

UMKM. Koefisien korelasi sebesar 0,442 ini juga dikatakan kategori sedang sesuai dengan tingkatan hubungannya.

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima dilihat di r hitung sebesar 0,442 sementara r tabel sebesar 0,134. Ini berarti r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga hipotesis yang berbunyi “Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta diterima.

3. Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga yang diuji dalam penelitian ini adalah kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan analisis regresi berganda. Berikut ini adalah ringkasan hasil pengujian.

Tabel 23. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Model*	Koef	$R_{y(x1.x2)}$	$R^2_{y(x1,x2)}$	F_{hitung}	P	Taraf sign	Ket
Constant)	17,133						
X1	0,598	0,563	0,317	49,378	5 %	0,000	Positif dan signifikan
X2	0,330						

*) Variabel terikat : Daya Saing UMKM

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil analisis regresi sederhana dengan dua prediktor menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r_{x1x2}) bernilai 0,563 yang berarti terdapat hubungan positif antara kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan variabel kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM diperoleh F hitung sebesar 49,378 dengan F_{tabel} 3,04 dengan perhitungan degree of freedom untuk $N_1 = 3 - 1 = 2$, degree of freedom untuk $N_2 = 216 - 2 = 214$ berarti nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} . Hal ini menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dibandingkan dengan F tabel ($49,378 > 3,04$) pada taraf signifikansi 5% sehingga menunjukkan bahwa kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah.

Untuk nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 31,7% (terdapat pada lampiran) yang artinya variabel kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* memiliki pengaruh sebesar 31,7% terhadap variabel daya saing UMKM dan untuk sisanya sebesar 68,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang kemungkinan berpengaruh terhadap daya saing UMKM.

Berdasarkan tabel 23 diatas, maka persamaan regresi ganda dapat dinyatakan dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 17,133 + 0,598X_1 + 0,330 X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan adanya nilai koefisien X_1 bernilai positif sebesar 0,598 yang berarti apabila nilai kesiapan modal meningkat satu poin maka daya saing UMKM akan meningkat sebesar 0,598 poin, dengan asumsi X_2 tetap. Koefisien X_2 juga bernilai positif sebesar 0,330 yang berarti apabila nilai pemanfaatan *e-commerce* naik satu poin maka pertambahan nilai pada daya saing UMKM sebesar 0,330, dengan asumsi

X_1 tetap dan nilai koefisien X_1 dan X_2 . Hasil tabel 25 menunjukkan besarnya korelasi ganda sebesar 0,563.

Untuk mengetahui apakah hipotesis diterima maka dapat dilihat pada F_{hitung} dengan F_{tabel} . Untuk F_{hitung} sebesar 49,378 sementara F_{tabel} sebesar 3,04. Ini berarti F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sehingga hipotesis yang berbunyi “Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta diterima.

F. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Untuk melihat pengaruhnya setiap variabel maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh kesiapan modal terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi (r_{x_1y}) sebesar 0,518 yang artinya terjadi hubungan positif antara Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM. Uji t yang dilakukan menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,851 sementara t tabel dengan taraf signifikansi 5% sebesar 1,97 sehingga pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM adalah signifikan. Untuk koefisien determinasi ($r^2_{x_1y}$) sebesar 0,268 atau 26,8% dipengaruhi oleh variabel kesiapan modal dan sisanya 73,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Kesiapan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta” diterima. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan r tabel dengan r hitung. r hitung pada variabel kesiapan modal sebesar 0,518 sementara r tabel 0,134, berarti nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Persamaan regresi pada penelitian ini dapat dilihat bahwa $Y = 0,805 X_1 + 19,845$.

Sesuai dengan teori kesiapan modal dan daya saing oleh Porter (2010) menjelaskan adanya daya saing Industri Kecil Menengah diukur dengan menggunakan indeks yang dibentuk berdasarkan empat dimensi portir yang didalamnya terdapat sumber modal. Modal inilah yang dapat membantu dalam meningkatkan produksi dan omset penjualan sehingga pasar dapat merespon dengan baik hasil dari produksi dan pelayanan usaha kita. Dengan begitu, untuk membentuk daya saing yang cukup kuat diperlukan adanya kesiapan modal untuk melanjutkan keberlangsungan usaha.

Hasil penelitian diatas tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendra Susanto (2015) berjudul “ Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015”. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa faktor modal merupakan faktor utama yang terkait dalam produksi serta modal

usaha dalam meningkatkan daya saing di pasar bebas MEA. Dengan demikian berarti setiap kesiapan modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing.

Adanya persaingan yang semakin tinggi dengan adanya beberapa kemunculan usaha baru di Kabupaten Sleman maka semakin tinggi pula kesiapan modal yang harus didapatkan untuk mendapatkan omset penjualan yang semakin baik. Begitu juga sebaliknya. Jadi, untuk meningkatkan daya saing UMKM perlu diperhatikan kesiapan modal yang ada di usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menjalankan usaha dan mendapatkan omset penjualan melebihi target yang telah ditentukan.

2. Pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi (r_{x2y}) sebesar 0,442 yang artinya terjadi hubungan positif antara Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing UMKM. Uji t yang dilakukan menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,202 sementara t tabel dengan taraf signifikansi 5% sebesar 1,97 sehingga pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing UMKM adalah signifikan. Untuk koefisien determinasi (r^2_{x2y}) sebesar 0,195 atau 19,5% berarti pengaruh variabel Pemanfaatan *E-commerce* sebesar 19,5% terhadap daya saing UMKM dan untuk sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain pemanfaatan *e-commerce*.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta diterima. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan *r* hitung dengan *r* tabel. *R* hitung pada variabel Pemanfaatan *E-commerce* sebesar 0,442 sementara *r* tabel 0,134 berarti nilai *r* hitung lebih besar dari nilai *r* tabel. Persamaan regresi pada penelitian ini disajikan sebagai berikut.

$$Y = 0,642 X_2 + 25,496$$

Sesuai teori pemanfaatan *e-commerce* dan daya saing oleh Turban dan Humdiana (2006) bahwa pemanfaatan *e-commerce* dapat membantu beberapa bisnis kecil untuk bersaing dengan perusahaan besar dan juga meluaskan jangkauan ke seluruh daerah sehingga dapat meningkatkan manajemen pasokan dalam mempermudah jalannya usaha. Dengan demikian, adanya pelaku usaha yang memanfaatkan adanya perkembangan teknologi seperti *e-commerce* dapat memberikan nilai tambah dalam bersaing dengan para pelaku usaha lainnya.

Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pebruati, Handayani, dan Zahroh (2012) berjudul “Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang). Hasil perhitungan statistik untuk variabel pemanfaatan IT menyebut nilai dari inner

weight sebesar 0,697 dengan signifikansi 0,000 berarti nilai signifikansi ini mengindikasikan variabel tersebut signifikan.

3. Pengaruh kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Hasil analisis menggunakan analisis regresi berganda diperoleh koefisien korelasi $R_{y(x1,x2)}$ sebesar 0,556 berarti terjadi hubungan positif antara Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Selanjutnya dilakukan uji F dan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 49,378 dan F_{tabel} sebesar 3,04 pada taraf signifikansi 5% dengan df 214. Setelah melihat hasil uji F maka didapat disimpulkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($47,587 > 3,04$) berarti terjadi pengaruh signifikan.

Untuk koefisien determinasi didapatkan hasil sebesar 0,317 atau 31,7% yang artinya variabel Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* memiliki pengaruh sebesar 31,7% dan sisanya sebesar 68,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa hipotesis yang berbunyi “Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta diterima. Hal ini dapat dilihat dengan membandingkan

F_{hitung} dengan F_{tabel} . F_{hitung} sebesar 49,378 sementara F_{tabel} 3,04.

Persamaan Regresi pada penelitian ini disajikan sebagai berikut.

$$Y = 17,133 + 0,598X_1 + 0,330X_2$$

Sesuai teori yang dikemukakan oleh Tambunan (2011) menyebutkan bahwa faktor penentu Daya Saing diantaranya terdapat ketersediaan modal dan ketersediaan teknologi. Selain itu, Porter (2010) juga menyebutkan ada beberapa dimensi yang akan berdampak terhadap kegiatan dan daya saing UMKM, diantaranya dimensi kondisi faktor yang didalamnya terdapat sumber ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi juga sumber daya modal. Dengan adanya kesiapan modal dan adanya teknologi yang mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah akan memberikan nilai tambah dalam bersaing di pasar yang memiliki keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah lainnya.

Penelitian ini selaras dengan Hendra Susanto (2015) yang berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015.” Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa faktor permodalan merupakan faktor utama yang terkait dalam produksi dan modal usaha dalam meningkatkan daya saing di pasar bebas MEA 2015. Selain itu, penelitian menurut Pebruati,dkk (2012) yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang)” menyebutkan bahwa

penerimaan IT berpengaruh signifikan terhadap daya saing perusahaan. Hal ini berarti kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* sangat penting dalam mengembangkan daya saing UMKM.

Kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* memiliki kontribusi sebesar 31,7% dan artinya masih ada faktor atau pengaruh lain yang mempengaruhi daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Sesuai dengan teori kesiapan modal, pemanfaatan *e-commerce*, dan daya saing yang dinyatakan oleh tambunan (2011) bahwa beberapa faktor di atas yang dapat dijadikan penentu daya saing.

G. Keterbatasan Penelitian.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain sebagai berikut:

1. Dalam pelaksanaan uji coba instrumen yang lebih luas yang ada di Kabupaten Sleman hanya dapat dilaksanakan di dua kecamatan yaitu Kecamatan Berbah dan Kecamatan Prambanan sehingga uji coba belum bisa memberikan informasi tentang Daya Saing UMKM yang ada di Kabupaten Sleman, Yogyakarta secara optimal.
2. Penelitian ini menggunakan kuesioner sehingga data yang dikumpulkan hanya menggambarkan pendapat dari pelaku UMKM terhadap Daya Saing UMKM. Kuesioner juga dapat memunculkan data yang dihasilkan memiliki kesempatan terjadi bias karena tersebar nya kuesioner secara kebetulan hanya pada pelaku usaha yang

menggunakan internet, sementara lainnya tidak memberikan respon dengan alasan yang beragam.

3. Penelitian ini hanya meneliti 6 kecamatan di Kabupaten Sleman dari 17 kecamatan dengan pertimbangan tertentu sehingga menyebabkan hasil penelitian belum menggambarkan secara menyeluruh Daya Saing UMKM di Kabupaten Sleman, Yogyakarta tetapi cukup menjadi dasar dalam melihat Daya Saing UMKM di Sleman, Yogyakarta.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian tentang pengaruh kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta didapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Kesiapan Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r_{x1y}) bernilai positif sebesar 0,518, nilai t hitung sebesar 8,851 lebih besar dari t tabel 1,97 pada taraf signifikansi 5% dan untuk koefisien determinasi (r^2_{x1y}) sebesar 0,268.
2. Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r_{x1y}) bernilai positif sebesar 0,442, nilai t hitung sebesar 7,202 lebih besar dari t tabel sebesar 1,97 pada taraf signifikansi 5%, dan untuk koefisien determinasi (r^2) sebesar 0,195.
3. Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi ($R_{y(x1x2)}$) bernilai positif sebesar 0,563, nilai F hitung sebesar 49,378 lebih besar dari F tabel 3,04 ($49,378 > 3,04$), dan untuk koefisien determinasi ($R^2_{y(x1,x2)}$) hanya mencapai 0,317.

B. Implikasi

Berdasarkan pada pembahasan penelitian serta kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini, maka dapat diketahui implikasi sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kesiapan Modal berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM. Hal ini mengandung implikasi agar pelaku UMKM mampu menyiapkan modal lebih baik untuk menghadapi Daya Saing UMKM yang semakin tinggi sehingga dapat mencapai omset penjualan yang sesuai.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM. Hal ini mengandung implikasi agar pelaku UMKM meningkatkan pemahaman tentang manfaat teknologi atau *e-commerce* dalam mengembangkan bisnis sehingga konsumen dapat dijangkau dengan mudah.

C. Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan diatas, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Dinas Koperasi dan UKM DIY

Berdasarkan kuesioner, variabel Daya Saing UMKM pada pernyataan, “Saya bekerja sama dengan outlet-outlet atau pusat perbelanjaan yang ada di jogja dalam memasarkan produk dan menitipkan produk untuk dijual ke konsumen” memiliki nilai terendah, sehingga diharapkan UMKM dibantu untuk mendapatkan akses masuk di pusat perbelanjaan.

Sementara pada variabel Kesiapan Modal pada pernyataan “Saya memberikan wewenang untuk karyawan yang ingin mengikuti event di salah satu tempat wisata maupun perbelanjaan” juga memiliki nilai terendah. Hal ini diharapkan untuk pelaku usaha mulai percaya untuk memberikan wewenang dan tanggungjawab dalam mengikuti berbagai event yang ada dimana pun.

Untuk variabel Pemanfaatan *e-commerce* pada pernyataan “Saya memberikan pilihan beberapa produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui survey online” menunjukkan nilai terendah, sehingga diharapkan pelaku UMKM memanfaatkan internet sebagai pilihan dalam memberikan beberapa produk baru melalui layanan gratis yang ada pada sosial media.

2. Bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini memberikan informasi bahwa Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* hanya memberikan sumbangan sebesar 30,9% saja sementara sisanya 69,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Peneliti berharap dalam penelitian selanjutnya dapat ditemukan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, dkk. (2002). *Daya Saing Daerah Konsep dan Pengukurannya di Indonesia*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2012). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Christanto, J. (2011). *Membangun Daya Saing Daerah melalui penciptaan Kompetensi Inti Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ellitan, L & Anatan, L. (2008). *Manajemen Operasi Konsep dan Aplikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Harefa, H.P. (2014). Analisis Strategi SWOT Terhadap Peningkatan Daya Saing Pada Swalayan Bersama. *Skripsi*. Medan: USU.
- Herdianti, R.N. (2014). Peran Pemerintah dalam Pemanfaatan *E-commerce* oleh UMKM Industri Kerajinan Perak Kotagede. *Thesis*. Yogyakarta.
- <http://www.kukm-esaunggul.com/jurnal/37-jurnal-ilmiah-penelitian-tentang-ukm-20092010>. Diakses pada pukul 22.35 WIB. 03 Januari 2017.
- Humdiana & Indrayani, E.(2006). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indrianto, N & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.
- Irawan, H. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Irawan & Suparmoko. (2008). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE.
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, (Online), Vol.2 No.1, (<http://ejournal.unsri.ac.id/>), diakses 27 Juni 2016).
- Javalgi, R dan Ramsey, R. 2001. Strategic Issue of E-commerce as an Alternative Global Distribution System, *International Marketing Review*. 18(4): 376-391.
- Jinling, Chang et all. (2009). Modeling E-Commerce Website Quality with Quality Function Deployment, *IEEE International Conference on Deployment e-Business Engineering*. 21-23 Oct. 2009.

- Jumingan. (2006). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Perpus UNY.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta : Erlangga.
- Masyita, R & Hanoum, S. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode Structural Equation Modelling. *Jurnal Teknik ITS Vol. 1, (Sept, 2012) ISSN: 2301-9271*.
- Maziyyah, Sukarsa, dan Made Asih. (2015). Mengatasi Heteroskedastisitas pada Regresi dengan Menggunakan Weightes Least Square. *E-Jurnal Matematika Vol. 4 (1), Januari 2015, pp. 20-25, ISSN: 2303-1751*.
- Muhardi. (2007). *Strategi Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nisfiannoor, Mu. (2008). *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, B.A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statustik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- O'Brien, J.A. (2006). *Pengantar Sistem Informasi*, Terj. Fitriasari, Dewi dan Deny Arnos Kwary. Jakarta: Salemba Empat.
- Pebruati, Handayani, dan Zahroh. (2012). Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang). *Jurnal Provir Volume 7 No. 1, Hal : 14*. (<http://ejournalfia.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/307/565>, diakses pada 07 Januari 2017).
- Porter, M.E. (2010). *Strategi Bersaing*. Terj. Sigit Suryanto. Kharisma Publishing Group: Tangerang.
- Purwanto, R.A & Sulistyastuti, D.R. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Prawirosentono, S. (2002). *Pengantar Bisnis Modern (studi Kasus Indoneia dan Analisis Kuantitatif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riduwan. (2005). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.

- Riyanto, B. (2001). *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE
- Sawir, A. (2005). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Slamet & Idrus, S.A. (2010). “Penerapan e-commerce Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Kecil & Menengah Yang Berdaya Saing Global”. *Penelitian Ilmu Pengetahuan Terapan LPP UIN*. Malang.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Amus.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: Refika Aditama.
- Susanto, H. (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *University Research Colloquium 201*. ISSN 2407-9189.
- Tambunan, T. (2011). *Perekonomian Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Terzi, N. (2011). The Impact of E-commerce on International Trade and Employment. *Social and Behavior Sciences*, 24: 745-753.
- Trenawati, R. (2012). “Pengaruh Efektivitas Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung”. *Prosiding Seminar Nasional*. Yogyakarta.
- Turban, Efraim, dkk. (2005). *Decision support systems and intelligent systems (system pendukung keputusan dan system cerdas)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ustadiyanto, R. (2001). *Framework e-commerce Edisi pertama*. Yogyakarta Penerbit Andi.

Wardhani, R.S. & Agustina, Y. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang”. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*. Surabaya.

Wibisono, D. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Bandung: Penerbit Andi.

Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. (2009). *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management*. Jakarta: Salemba Empat.

LAMPIRAN

LAMPIRAN .
KUESIONER UJI INSTRUMEN

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden cukup melingkari jawaban pada pilihan yang tersedia dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pertanyaan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Skor Jawaban yang tersedia.

1 = Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah(STS) 3 = Setuju/ Sering (S/SR)
 2 = Tidak Setuju /Jarang (TS/JR) 4= Sangat Setuju/ Selalu (SS/SL)

DAFTAR PERNYATAAN ANGKET

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS/ TP	TS/ JR	S/ SR	SS/ SL
A. DAYA SAING UMKM					
1	Saya memberikan pengarahan dan pelatihan untuk karyawan baru dan lama selama masa kerja.	TP	JR	SR	SL
2	Saya memberikan kontribusi karyawan untuk membandingkan kelebihan dan kekurangan produk yang kami hasilkan dengan produk pesaing.	TP	JR	SR	SL
3	Saya menyediakan komputer dan gadget/ <i>smartphone</i> untuk melayani pembeli dengan cepat	TP	JR	SR	SL
4	Saya menggunakan kapasitas internet unlimited agar tidak terjadi kesalahan komunikasi dengan pembeli	TP	JR	SR	SL
5	Saya memberikan harga diskon apabila konsumen membeli dengan jumlah banyak.	TP	JR	SR	SL
6	Saya memproduksi setiap jenis produk yang berbeda dengan jumlah sedikit dan model serta warna yang terbatas untuk meningkatkan kualitas produk.	TP	JR	SR	SL
7	Setiap komentar yang ada di media online baik website maupun <i>BBM</i> atau lainnya selalu dibalas satu per satu.	TP	JR	SR	SL
8	Perusahaan kami memberikan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap.	TP	JR	SR	SL
9	Saya menyediakan kritik dan saran melalui media online seperti <i>whatsapp</i> dan <i>Email</i> setiap konsumen yang berbelanja di toko kami.	TP	JR	SR	SL
10	Pengelolaan bahan baku dan barang jadi terlebih dahulu disortir sebelum dipasarkan dan dijual ke pelanggan.	TP	JR	SR	SL
11	Produksi dilakukan setiap hari dan dipantau untuk menghasilkan hasil yang baik.	TP	JR	SR	SL
12	Daerah pinggir jalan, area kampus, maupun rumah	STS	TS	S	SS

	sakit serta fasilitas umum lainnya sangat cocok untuk mengembangkan usaha saya				
13	Saya bekerja sama dengan outlet-outlet atau pusat perbelanjaan yang ada di jogja dalam memasarkan produk dan menitipkan produk untuk dijual ke konsumen.	TP	JR	SR	SL
B. KESIAPAN MODAL					
14	Saya memberikan target yang harus dicapai setiap hari maupun bulan dalam menunjang omzet penjualan.	TP	JR	SR	SL
15	Saya memberikan wewenang untuk karyawan yang ingin mengikuti event di salah-satu tempat wisata maupun perbelanjaan.	TP	JR	SR	SL
16	Karyawan tidak ada yang memiliki tugas yang sama antara bagian produksi, packaging, dan yang mengurus media sosial.	STS	TS	S	SS
17	Saya menyelesaikan sendiri apabila salah satu karyawan dibagian packaging dan admin media sosial tidak masuk kerja.	TP	JR	SR	SL
18	Saya membuat rencana bisnis setiap tahun untuk memberikan inovasi terbaru dengan produk dan pelayanan yang semakin baik.	TP	JR	SR	SL
19	Saya mengelolah keuangan sendiri untuk meminimalisir kesalahan dan kehilangan uang	TP	JR	SR	SL
20	Sebelum waktu kerja berakhir diberikan waktu untuk evaluasi hasil kerja guna mengatasi masalah yang terjadi	TP	JR	SR	SL
21	Saya mempekerjakan karyawan dengan pendidikan minimal SMA/SMK sederajat.	TP	JR	SR	SL
22	Karyawan yang bekerja di toko kami setidaknya memiliki pengalaman dalam menggunakan media sosial dalam berkomunikasi.	STS	TS	S	SS
C. PEMANFAATAN E-COMMERCE					
23	Karyawan mengakses internet setiap harinya untuk sekedar mengecek maupun membalas komentar pelanggan.	TP	JR	SR	SL
24	Saya menggunakan provider berkualitas yang mendukung akses internet toko kami.	TP	JR	SR	SL
25	Saya memberikan pilihan beberapa produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui survey online	TP	JR	SR	SL
26	Saya menyediakan kritik dan saran via <i>whatsapp</i> , <i>BBM</i> , maupun <i>gmail</i> .	TP	JR	SR	SL
27	Saya merekrut dan mempekerjakan karyawan yang mahir dalam menggunakan internet	TP	JR	SR	SL

28	Karyawan kami mampu mengetik dengan cepat dalam mereview barang yang dijual serta menggunakan internet sebagai survey produk.	STS	TS	S	SS
29	Konsumen yang komplain bukan pada jam kerja dilakukan langsung oleh saya sendiri.	TP	JR	SR	SL
30	Saya bertanggung jawab memberi teguran kepada pelayanan karyawan yang tidak ramah dan memberikan produk cacat dari toko kami.	STS	TS	S	SS

Terimakasih atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi dan ikut berpartisipasi pada kuesioner penelitian saya ini. Mohon untuk mengecek kembali pernyataan diatas sehingga tidak ada yang terlewat.

LAMPIRAN 2.

TABEL DATA UJI INSTRUMEN

Res- ponde	Y													Jlh	X1									Jlh	X2								Jlh
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		1	2	3	4	5	6	7	8	9		1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	2	2	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	40	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	2	4	2	3	3	4	4	4	26
2	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	46	3	2	4	4	3	4	4	3	3	30	3	3	1	4	3	3	3	4	24
3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	4	4	3	42	2	3	4	4	4	4	3	3	4	31	4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	3	1	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	43	3	3	4	4	2	3	4	2	4	29	3	3	4	3	3	4	4	4	28
5	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	43	2	3	4	4	4	4	4	3	3	31	3	3	4	3	3	4	4	3	27
6	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	45	2	3	4	4	4	4	4	2	3	30	3	3	4	4	3	4	4	4	29
7	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	43	3	2	4	4	3	4	4	3	4	31	3	4	4	3	4	4	4	4	30
8	3	3	4	3	2	4	3	4	2	3	4	4	3	42	3	2	4	4	3	4	3	3	4	30	3	3	4	3	3	3	3	4	26
9	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	46	3	3	3	4	4	4	3	2	3	29	3	3	4	3	4	3	4	4	28
10	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	44	3	4	4	3	4	4	3	3	4	32	3	4	4	3	3	4	4	4	29
11	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	45	3	3	4	4	4	4	3	3	4	32	3	3	4	4	4	4	4	3	29
12	3	1	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	41	3	3	3	4	4	4	3	2	3	28	2	4	3	4	3	4	3	4	27
13	2	2	2	2	3	1	2	4	2	4	2	3	4	33	3	2	3	4	4	4	3	2	2	27	2	3	3	4	4	3	4	4	27
14	3	2	2	2	4	3	3	4	2	3	2	3	2	35	3	2	4	4	3	4	2	3	3	28	2	1	3	3	3	4	3	2	21
15	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	35	2	1	3	4	4	4	2	2	3	25	3	3	3	4	2	3	4	4	26
16	3	2	3	3	4	2	2	4	2	3	4	4	2	38	2	2	4	4	3	4	3	2	3	27	3	3	2	1	2	3	3	3	20
17	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	47	2	3	3	4	3	4	2	2	4	27	4	4	3	3	3	4	4	3	28
18	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	43	1	2	3	4	2	4	2	3	3	24	4	3	3	3	2	2	3	3	23
19	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	44	2	3	4	3	4	4	3	3	3	29	3	3	4	3	4	4	4	3	28
20	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	45	4	3	4	3	3	4	3	3	4	31	3	3	2	4	3	3	4	4	26
21	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	4	3	3	38	3	2	3	4	3	4	2	3	4	28	3	3	4	3	3	4	4	4	28
22	2	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	4	2	36	2	2	4	4	3	4	4	2	3	28	2	1	2	3	3	3	3	2	19
23	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	2	39	2	3	3	4	2	4	3	1	3	25	3	3	4	3	2	4	4	2	25
24	2	2	2	2	4	3	2	4	3	1	3	4	1	33	2	2	4	1	2	4	3	2	4	24	2	4	4	2	1	4	3	2	22
25	2	3	3	3	1	3	3	4	2	3	2	3	2	34	1	3	2	3	3	3	3	2	3	23	3	2	4	3	4	3	4	4	27
26	3	1	3	3	3	4	1	3	3	3	4	3	1	35	3	2	3	1	3	3	2	2	2	21	3	3	2	3	3	3	3	4	24
27	4	3	3	3	2	2	3	4	2	1	2	2	1	32	1	2	4	4	3	3	3	2	3	25	2	3	3	2	3	2	3	3	21
28	3	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	2	41	1	2	2	3	2	3	2	3	20	3	3	3	4	3	3	4	4	27	
29	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	44	3	3	4	4	3	4	3	2	4	30	4	4	4	4	3	3	4	4	30
30	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	44	3	3	4	4	4	4	3	2	4	31	4	1	3	4	3	3	3	4	25

LAMPIRAN 3.

**UJI VALIDITAS DAN UJI
RELIABILITAS**

Uji Reliabilitas dan Validitas
 Daya Saing UMKM

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	JLH
Y1	Pearson Correlation	1	.243	.303	.069	.061	.191	.009	.204	-.005	-.098	.116	.363*	.022	.391*
	Sig. (2- tailed)		.196	.104	.717	.747	.312	.963	.280	.980	.608	.543	.049	.907	.033
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.243	1	.308	.338	-.124	.192	.471**	.368*	.399*	-.098	.141	.127	-.090	.510*
	Sig. (2- tailed)	.196		.097	.068	.515	.310	.009	.045	.029	.607	.456	.505	.637	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.303	.308	1	.822**	-.143	.271	.351	.192	.094	.138	.287	.093	.063	.570*
	Sig. (2- tailed)	.104	.097		.000	.450	.148	.057	.308	.622	.467	.125	.624	.740	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.069	.338	.822**	1	.000	.185	.481**	.176	.342	.189	.196	-.170	.058	.556*
	Sig. (2- tailed)	.717	.068	.000		1.000	.327	.007	.353	.064	.317	.299	.368	.762	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Y5	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.061 .747 30	- .124 30	- .143 30	.000 1.00 30	1 0 30	.003 .986 30	.092 .628 30	.055 .772 30	.556** .001 30	.221 .240 30	.384* .036 30	.299 .109 30	.187 .321 30	.432* .017 30
Y6	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.191 .312 30	.192 .310 30	.271 .148 30	.185 .327 30	.003 .986 30	1 30	.063 .739 30	.156 .410 30	.283 .129 30	.097 .612 30	.439* .015 30	.067 .724 30	.074 .697 30	.508* .004 30
Y7	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.009 .963 30	.471** .009 30	.351 .057 30	.481** .007 30	.092 .628 30	.063 .739 30	1 30	.321 .084 30	.310 .095 30	.119 .530 30	.092 .628 30	-.044 .818 30	.202 .285 30	.530* .003 30
Y8	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.204 .280 30	.368* .045 30	.192 .308 30	.176 .353 30	.055 .772 30	.156 .410 30	.321 .084 30	1 30	.054 .776 30	.120 .529 30	.055 .772 30	.072 .706 30	.110 .564 30	.389* .034 30
Y9	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	- .005 30	.399* .029 30	.094 .622 30	.342 .064 30	.556** .001 30	.283 .129 30	.310 .095 30	.054 .776 30	1 30	.179 .343 30	.354 .055 30	.111 .559 30	.026 .893 30	.605* .000 30

Y10	Pearson Correlation	-	-	.138	.189	.221	.097	.119	.120	.179	1	.073	.095	.377*	.408*
	Sig. (2- tailed)	.098	.098	.467	.317	.240	.612	.530	.529	.343		.703	.619	.040	.025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y11	Pearson Correlation	.116	.141	.287	.196	.384*	.439*	.092	.055	.354	.073	1	.299	.051	.581*
	Sig. (2- tailed)	.543	.456	.125	.299	.036	.015	.628	.772	.055	.703		.109	.787	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y12	Pearson Correlation	.363*	.127	.093	-	.299	.067	-.044	.072	.111	.095	.299	1	.008	.370*
	Sig. (2- tailed)	.049	.505	.624	.170	.109	.724	.818	.706	.559	.619	.109		.967	.044
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y13	Pearson Correlation	.022	-	.063	.058	.187	.074	.202	.110	.026	.377*	.051	.008	1	.376*
	Sig. (2- tailed)	.907	.090	.740	.762	.321	.697	.285	.564	.893	.040	.787	.967		.040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
JUML AH	Pearson Correlation	.391*	.510**	.570**	.556**	.432*	.508**	.530**	.389*	.605**	.408*	.581**	.370*	.376*	1
	Sig. (2- tailed)	.033	.004	.001	.001	.017	.004	.003	.034	.000	.025	.001	.044	.040	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	13

Uji Reliabilitas dan Validitas
Kesiapan Modal

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	JLH
X11	Pearson Correlation	1	.236	.408*	.128	.260	.417*	.121	.329	.333	.647**
	Sig. (2-tailed)		.208	.025	.500	.166	.022	.524	.076	.072	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.236	1	.169	.090	.296	.136	.237	.058	.369*	.502**
	Sig. (2-tailed)	.208		.371	.637	.112	.474	.208	.759	.045	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.408*	.169	1	.245	.117	.500**	.476**	.411*	.427*	.716**
	Sig. (2-tailed)	.025	.371		.192	.539	.005	.008	.024	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.128	.090	.245	1	.245	.466**	.174	.129	.157	.548**
	Sig. (2-tailed)	.500	.637	.192		.192	.009	.357	.497	.406	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.260	.296	.117	.245	1	.268	.072	.248	-.076	.486**
	Sig. (2-tailed)	.166	.112	.539	.192		.153	.706	.187	.691	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.417*	.136	.500*	.466*	.268	1	.000	.303	.255	.631**
	Sig. (2-tailed)	.022	.474	.005	.009	.153		1.000	.103	.174	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X17	Pearson Correlation	.121	.237	.476*	.174	.072	.000	1	.088	.161	.469**
	Sig. (2-tailed)	.524	.208	.008	.357	.706	1.000		.643	.394	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X18	Pearson Correlation	.329	.058	.411*	.129	.248	.303	.088	1	.358	.543**

	Sig. (2-tailed)	.076	.759	.024	.497	.187	.103	.643		.052	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X19	Pearson Correlation	.333	.369*	.427*	.157	-.076	.255	.161	.358	.1	.563**
	Sig. (2-tailed)	.072	.045	.019	.406	.691	.174	.394	.052		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
JlH	Pearson Correlation	.647*	.502*	.716*	.548*	.486*	.631**	.469**	.543*	.563*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.002	.006	.000	.009	.002	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	9

Uji Reliabilitas dan Validitas Pemanfaatan *E-commerce*

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	JLH
X21	Pearson Correlation	1	.131	.219	.181	.080	-.017	.150	.295	.453*
	Sig. (2-tailed)		.490	.244	.338	.674	.928	.429	.114	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.131	1	.221	-.068	-.058	.235	.451*	.305	.523**
	Sig. (2-tailed)	.490		.240	.721	.759	.211	.012	.101	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.219	.221	1	-.033	.206	.435*	.469**	.000	.586**
	Sig. (2-tailed)	.244	.240		.861	.274	.016	.009	1.000	.001

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.181	-.068	-.033	1	.323	-.031	.403*	.462*	.479**
	Sig. (2-tailed)	.338	.721	.861		.082	.871	.027	.010	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	.080	-.058	.206	.323	1	.124	.434*	.427*	.557**
	Sig. (2-tailed)	.674	.759	.274	.082		.515	.017	.019	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X26	Pearson Correlation	-.017	.235	.435*	-.031	.124	1	.463**	-.152	.440*
	Sig. (2-tailed)	.928	.211	.016	.871	.515		.010	.423	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X27	Pearson Correlation	.150	.451*	.469*	.403*	.434*	.463**	1	.393*	.819**
	Sig. (2-tailed)	.429	.012	.009	.027	.017	.010		.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X28	Pearson Correlation	.295	.305	.000	.462*	.427*	-.152	.393*	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.114	.101	1.000	.010	.019	.423	.031		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
JLH	Pearson Correlation	.453*	.523*	.586*	.479*	.557**	.440*	.819**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.012	.003	.001	.007	.001	.015	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	8

LAMPIRAN 4.
KUESIONER DAN DATA
PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden cukup melingkari jawaban pada pilihan yang tersedia dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pertanyaan hanya mengharapkan satu jawaban. Setiap angka akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Skor Jawaban yang tersedia.

1 = Sangat Tidak Setuju/ Tidak Pernah(STS) 3 = Setuju/ Sering (S/SR)
 2 = Tidak Setuju /Jarang (TS/JR) 4= Sangat Setuju/ Selalu (SS/SL)

DAFTAR PERNYATAAN ANGKET

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS/ TP	TS/ JR	S/ SR	SS/ SL
D. DAYA SAING UMKM					
1	Saya memberikan pengarahan dan pelatihan untuk karyawan baru dan lama selama masa kerja.	TP	JR	SR	SL
2	Saya memberikan kontribusi karyawan untuk membandingkan kelebihan dan kekurangan produk yang kami hasilkan dengan produk pesaing.	TP	JR	SR	SL
3	Saya menyediakan komputer dan gadget/ <i>smartphone</i> untuk melayani pembeli dengan cepat	TP	JR	SR	SL
4	Saya menggunakan kapasitas internet unlimited agar tidak terjadi kesalahan komunikasi dengan pembeli	TP	JR	SR	SL
5	Saya memberikan harga diskon apabila konsumen membeli dengan jumlah banyak.	TP	JR	SR	SL
6	Saya memproduksi setiap jenis produk yang berbeda dengan jumlah sedikit dan model serta warna yang terbatas untuk meningkatkan kualitas produk.	TP	JR	SR	SL
7	Setiap komentar yang ada di media online baik website maupun <i>BBM</i> atau lainnya selalu dibalas satu per satu.	TP	JR	SR	SL
8	Perusahaan kami memberikan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap.	TP	JR	SR	SL
9	Saya menyediakan kritik dan saran melalui media online seperti <i>whatsapp</i> dan <i>Email</i> setiap konsumen yang berbelanja di toko kami.	TP	JR	SR	SL
10	Pengelolaan bahan baku dan barang jadi terlebih dahulu disortir sebelum dipasarkan dan dijual ke pelanggan.	TP	JR	SR	SL
11	Produksi dilakukan setiap hari dan dipantau untuk menghasilkan hasil yang baik.	TP	JR	SR	SL
12	Daerah pinggir jalan, area kampus, maupun rumah	STS	TS	S	SS

	sakit serta fasilitas umum lainnya sangat cocok untuk mengembangkan usaha saya				
13	Saya bekerja sama dengan outlet-outlet atau pusat perbelanjaan yang ada di jogja dalam memasarkan produk dan menitipkan produk untuk dijual ke konsumen.	TP	JR	SR	SL
E. KESIAPAN MODAL					
14	Saya memberikan target yang harus dicapai setiap hari maupun bulan dalam menunjang omzet penjualan.	TP	JR	SR	SL
15	Saya memberikan wewenang untuk karyawan yang ingin mengikuti event di salah-satu tempat wisata maupun perbelanjaan.	TP	JR	SR	SL
16	Karyawan tidak ada yang memiliki tugas yang sama antara bagian produksi, packaging, dan yang mengurus media sosial.	STS	TS	S	SS
17	Saya menyelesaikan sendiri apabila salah satu karyawan dibagian packaging dan admin media sosial tidak masuk kerja.	TP	JR	SR	SL
18	Saya membuat rencana bisnis setiap tahun untuk memberikan inovasi terbaru dengan produk dan pelayanan yang semakin baik.	TP	JR	SR	SL
19	Saya mengelolah keuangan sendiri untuk meminimalisir kesalahan dan kehilangan uang	TP	JR	SR	SL
20	Sebelum waktu kerja berakhir diberikan waktu untuk evaluasi hasil kerja guna mengatasi masalah yang terjadi	TP	JR	SR	SL
21	Saya mempekerjakan karyawan dengan pendidikan minimal SMA/SMK sederajat.	TP	JR	SR	SL
22	Karyawan yang bekerja di toko kami setidaknya memiliki pengalaman dalam menggunakan media sosial dalam berkomunikasi.	STS	TS	S	SS
F. PEMANFAATAN E-COMMERCE					
23	Karyawan mengakses internet setiap harinya untuk sekedar mengecek maupun membalas komentar pelanggan.	TP	JR	SR	SL
24	Saya menggunakan provider berkualitas yang mendukung akses internet toko kami.	TP	JR	SR	SL
25	Saya memberikan pilihan beberapa produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui survey online	TP	JR	SR	SL
26	Saya menyediakan kritik dan saran via <i>whatsapp</i> , <i>BBM</i> , maupun <i>gmail</i> .	TP	JR	SR	SL
27	Saya merekrut dan mempekerjakan karyawan yang mahir dalam menggunakan internet	TP	JR	SR	SL

28	Karyawan kami mampu mengetik dengan cepat dalam mereview barang yang dijual serta menggunakan internet sebagai survey produk.	STS	TS	S	SS
29	Konsumen yang komplain bukan pada jam kerja dilakukan langsung oleh saya sendiri.	TP	JR	SR	SL
30	Saya bertanggung jawab memberi teguran kepada pelayanan karyawan yang tidak ramah dan memberikan produk cacat dari toko kami.	STS	TS	S	SS

Terimakasih atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi dan ikut berpartisipasi pada kuesioner penelitian saya ini. Mohon untuk mengecek kembali pernyataan diatas sehingga tidak ada yang terlewati.

Responden	Butir Pernyataan Daya Saing UMKM													Butir Pernyataan Kesiapan Modal									Butir Pernyataan Pemanfaatan										
																							E-commerce										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	Total
1	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	3	46	4	2	2	4	3	4	3	2	2	26	3	4	3	4	2	2	4	2	24
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	51	3	4	3	4	4	4	4	3	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	44	3	3	3	4	2	4	3	3	3	28	3	3	3	3	4	4	3	4	27
4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	44	2	3	3	4	3	4	3	2	3	27	3	3	4	2	3	3	4	4	26
5	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	1	42	3	2	4	4	4	4	3	3	3	30	3	3	2	2	3	3	4	4	24
6	3	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	2	42	2	2	3	4	4	4	2	3	4	28	4	4	2	3	3	3	4	3	26
7	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	2	41	3	2	3	3	3	4	2	3	3	26	3	3	2	4	3	3	4	3	25
8	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	34	2	2	3	2	3	2	3	2	2	21	2	3	2	2	2	3	3	3	20
9	2	2	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	1	36	3	3	3	2	3	3	3	2	3	25	4	4	2	3	3	2	3	3	24
10	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	39	3	2	3	3	3	2	2	2	3	23	3	3	1	3	2	3	3	3	21
11	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	39	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26	3	3	3	2	3	3	3	3	23
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	38	3	3	4	3	4	2	3	3	3	28	3	3	2	4	4	2	4	3	25
13	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	4	4	3	39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	4	3	3	3	4	3	2	25
14	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	35	3	4	3	2	3	4	3	3	4	29	4	3	3	4	4	3	3	3	27
15	2	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	41	3	2	3	4	4	4	3	3	3	29	3	4	3	4	3	4	3	4	28
16	2	2	3	3	2	2	4	4	3	2	2	2	3	34	2	2	2	2	2	3	2	3	3	21	4	4	2	3	3	3	4	3	26
17	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2	45	3	2	2	3	4	4	3	2	3	26	3	3	2	4	3	3	4	3	25
18	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	45	3	2	2	3	3	3	2	2	3	23	2	3	2	2	2	3	3	3	20
19	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	47	3	3	2	4	4	4	3	2	3	28	4	4	2	3	3	2	3	3	24
20	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	48	3	3	3	4	4	3	4	3	3	30	4	4	2	3	3	3	4	3	26
21	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	46	4	3	2	4	4	4	3	3	3	30	3	2	3	4	3	4	4	4	27
22	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	44	3	3	3	4	3	2	4	2	4	28	4	4	3	4	3	4	3	3	28
23	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	46	4	3	3	4	3	4	2	2	4	29	4	4	4	4	3	3	4	4	30
24	4	1	2	3	4	3	2	4	1	3	4	4	3	38	2	3	4	3	3	4	3	2	3	27	2	3	2	2	2	3	3	4	21
25	4	1	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	43	2	2	4	4	2	4	2	2	3	25	4	3	2	3	2	3	4	3	24
26	2	2	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	40	2	2	3	4	2	4	2	1	3	23	3	3	2	3	2	3	4	4	24
27	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	4	4	1	34	2	1	4	2	2	4	2	1	3	21	2	3	2	2	2	4	4	4	23

28	3	2	2	2	4	2	3	4	2	4	4	4	2	38	2	3	3	4	4	4	3	2	3	28	2	3	2	3	2	3	3	4	22
29	2	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	41	3	2	3	4	3	4	2	3	4	28	4	4	3	3	4	4	3	4	29
30	2	3	4	4	4	2	2	4	3	3	4	3	3	41	3	2	4	4	3	4	2	2	3	27	4	4	2	3	3	3	4	4	27
31	2	2	3	3	2	2	4	4	3	2	2	2	3	34	2	2	3	2	4	3	2	3	3	24	2	2	2	3	3	4	3	3	22
32	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2	45	3	2	2	3	4	4	3	2	3	26	3	3	2	4	2	3	4	4	25
33	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	45	3	2	2	3	3	3	2	2	3	23	3	3	2	4	3	4	3	3	25
34	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	47	3	3	2	4	4	4	3	2	3	28	3	3	3	4	4	4	3	3	27
35	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	48	3	3	3	4	4	3	4	3	3	30	4	4	2	3	3	3	4	3	26
36	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	46	4	3	2	4	4	4	3	3	3	30	4	4	3	4	3	4	4	4	30
37	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	44	3	3	3	4	3	2	4	2	4	28	4	4	4	4	3	4	4	3	30
38	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	1	45	2	3	2	4	3	4	3	3	4	28	3	3	3	4	3	3	4	3	26
39	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	46	4	3	4	4	3	3	3	2	4	30	4	3	3	3	3	4	4	4	28
40	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	2	41	2	4	4	4	3	4	4	2	4	31	3	3	4	2	2	3	2	4	23
41	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	40	3	2	2	3	3	3	3	2	3	24	3	4	1	4	4	2	2	3	23
42	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	37	3	2	3	1	3	2	3	2	3	22	3	3	1	3	3	3	2	2	20
43	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	39	2	2	3	2	3	3	3	2	3	23	3	4	3	3	3	4	3	2	25
44	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	36	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	4	1	3	3	3	3	3	23
45	2	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	1	38	2	2	3	3	3	3	3	3	3	25	4	3	2	3	3	3	3	3	24
46	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	38	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	2	2	22
47	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	39	2	3	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	3	2	23
48	4	3	4	4	2	2	3	4	3	3	3	2	1	38	3	2	3	2	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	3	3	2	2	22
49	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	40	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24
50	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	40	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	2	3	3	4	2	3	23
51	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	1	38	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24
52	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	45	4	3	3	3	3	4	3	3	3	29	3	4	4	3	3	3	4	3	27
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	37	3	3	1	3	3	3	3	1	1	21	1	1	3	3	1	1	3	3	16
54	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	43	4	3	4	4	4	4	4	3	2	32	3	3	3	4	3	3	4	3	26
55	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	43	4	3	4	4	4	4	4	3	2	32	3	3	3	4	3	3	4	3	26
56	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	43	4	2	4	4	4	4	4	3	3	32	3	3	3	3	3	3	4	3	25
57	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	1	43	4	3	3	4	4	4	4	3	3	32	4	3	2	3	3	3	3	3	24

58	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	46	4	3	3	3	3	4	4	3	3	30	3	3	3	3	3	3	4	4	26	
59	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	49	4	3	3	3	4	4	4	3	3	31	4	4	4	4	4	3	4	4	31	
60	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	49	4	3	3	4	4	4	4	3	3	32	4	4	4	4	3	3	4	4	30	
61	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	2	2	39	3	3	3	2	3	2	3	3	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24	
62	4	2	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	2	40	4	2	1	2	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	2	2	3	3	22	
63	2	1	2	3	4	3	2	4	2	3	2	2	2	32	2	1	1	4	2	4	3	3	1	21	2	2	3	3	2	2	3	3	20	
64	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	40	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	25	3	3	2	3	2	3	3	3	22
65	3	2	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	1	36	4	4	2	4	4	3	3	1	3	28	3	3	2	3	3	3	3	3	23	
66	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	1	44	3	4	1	1	3	4	4	1	4	25	3	3	3	3	3	3	4	4	26	
67	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	2	37	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25	3	3	2	3	3	3	3	2	22	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	1	4	1	4	3	4	29	4	4	4	4	4	4	2	4	30	
69	2	1	2	3	4	3	2	4	2	3	2	2	2	32	3	2	4	4	3	4	2	3	3	28	4	4	3	3	3	4	4	3	28	
70	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	40	2	1	3	4	4	4	2	2	3	25	4	3	3	3	2	2	3	3	23	
71	3	2	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	1	36	2	2	4	4	3	4	3	2	3	27	3	3	4	3	4	4	4	3	28	
72	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	1	44	2	3	3	4	3	4	2	2	4	27	3	3	2	4	3	3	4	4	26	
73	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	2	37	1	2	3	4	2	4	2	3	3	24	3	3	4	3	3	4	4	4	28	
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	2	3	4	3	4	4	3	3	3	29	4	1	3	3	3	3	3	3	23	
75	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	44	4	3	4	3	3	4	3	3	4	31	3	3	4	3	2	4	4	2	25	
76	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	45	3	2	3	4	3	4	2	3	4	28	2	4	4	2	1	4	3	2	22	
77	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	4	3	3	38	2	2	4	4	3	4	4	2	3	28	3	2	4	3	4	3	4	4	27	
78	2	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	4	2	36	2	3	3	4	2	4	3	1	3	25	3	3	2	3	3	3	3	3	4	24
79	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	2	39	2	2	4	1	2	4	3	2	4	24	2	4	4	2	3	2	3	3	23	
80	2	2	2	2	4	3	2	4	3	1	3	4	1	33	1	3	2	3	3	3	3	2	3	23	3	3	3	4	3	3	4	4	27	
81	2	3	3	3	1	3	3	4	2	3	2	3	2	34	3	2	3	2	3	3	4	3	3	26	4	4	4	4	3	3	4	4	30	
82	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	4	3	3	39	1	2	4	4	3	3	3	2	3	25	4	1	3	4	3	3	3	4	25	
83	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	39	3	2	2	2	3	3	2	2	3	22	3	3	2	3	2	3	2	4	22	
84	4	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	42	3	3	2	2	3	3	3	4	3	26	2	2	2	3	2	2	4	3	20	
85	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	41	4	4	2	3	3	3	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	4	4	26	
86	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	2	40	3	2	3	3	3	3	3	3	4	27	3	3	2	3	3	3	2	4	23	
87	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	40	2	3	2	2	4	3	3	4	2	25	3	3	2	2	2	3	3	4	22	

88	2	3	2	3	3	3	4	4	2	4	4	3	2	39	4	2	3	4	4	4	3	1	3	28	4	4	4	3	4	3	3	4	29
89	3	2	4	2	4	3	3	4	2	2	2	3	3	37	2	3	2	4	2	2	3	4	2	24	2	2	2	2	1	2	1	3	15
90	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	41	2	2	3	3	4	3	4	2	4	27	4	4	3	3	4	3	2	2	25
91	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	38	3	2	3	4	3	4	3	2	3	27	3	3	2	3	3	3	2	4	23
92	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	4	2	38	3	2	2	2	3	3	2	2	3	22	3	1	3	3	4	3	3	4	24
93	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	47	4	3	4	4	4	2	3	4	4	32	4	4	4	3	4	4	2	3	28
94	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	2	39	2	2	2	2	3	3	3	2	3	22	3	3	2	4	3	3	2	4	24
95	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	47	4	2	4	4	4	2	4	2	3	29	3	3	4	2	3	3	4	4	26
96	4	4	2	2	3	4	2	4	3	4	4	4	3	43	3	3	4	3	4	4	3	2	2	28	2	3	4	3	2	2	4	4	24
97	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	48	2	4	4	4	4	4	4	2	4	32	3	4	4	4	2	3	4	4	28
98	3	3	3	3	3	3	1	3	4	4	3	4	1	38	3	3	2	4	3	4	4	4	2	29	3	3	3	4	3	3	3	2	24
99	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	46	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33	4	4	4	4	4	4	3	4	31
100	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	48	3	3	2	3	4	4	2	3	3	27	4	4	1	4	4	4	2	3	26
101	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	45	3	1	1	3	4	4	2	3	4	25	4	4	3	4	4	4	4	4	31
102	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	2	3	2	40	2	2	3	4	3	4	3	2	3	26	4	4	2	3	3	3	2	3	24
103	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	43	2	2	3	4	3	4	3	2	3	26	4	4	2	3	3	3	3	3	25
104	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	41	3	3	2	3	3	4	2	2	3	25	3	3	2	3	3	3	2	3	22
105	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	41	3	2	2	3	3	4	3	2	3	25	3	3	3	4	4	2	3	3	25
106	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	43	3	3	3	4	3	3	3	2	3	27	4	4	3	3	3	3	2	3	25
107	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2	42	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26	4	4	3	4	3	3	3	3	27
108	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	2	40	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	3	4	25
109	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	42	3	2	3	3	2	3	3	2	3	24	3	4	2	3	3	3	2	3	23
110	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	3	3	2	42	3	2	2	3	3	2	3	2	3	23	4	4	3	4	3	3	3	2	26
111	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	2	39	3	3	2	2	3	3	3	3	3	25	3	4	3	3	2	3	3	3	24
112	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	42	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28	3	3	2	3	3	3	3	3	23
113	3	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	2	37	2	2	3	3	3	3	3	2	3	24	3	3	2	3	3	3	3	4	24
114	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	38	3	2	3	3	3	4	4	3	3	28	3	3	2	3	3	4	4	4	26
115	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	39	2	3	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	3	2	3	3	3	4	25
116	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	43	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28	3	3	2	3	3	3	3	3	23
117	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	49	1	1	4	4	4	4	4	1	4	27	4	4	2	4	4	4	4	4	30

118	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	42	3	3	2	3	3	2	3	3	4	26	3	4	3	3	3	3	2	3	24
119	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	43	3	3	3	2	3	2	3	2	3	24	3	4	3	3	3	3	2	3	24
120	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	42	3	3	2	3	3	2	4	2	3	25	3	4	3	3	3	3	3	2	24
121	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	42	2	3	2	3	3	3	3	2	3	24	4	4	3	3	3	3	3	3	26
122	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	47	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34	3	3	4	3	4	3	3	4	27
123	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41	2	3	2	3	3	3	3	2	3	24	3	4	3	3	3	3	2	3	24
124	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	42	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25	3	4	3	3	3	3	2	3	24
125	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	40	3	3	2	3	4	3	3	2	3	26	3	4	3	3	3	3	2	3	24
126	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	40	2	3	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24
127	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	41	3	3	3	3	3	3	4	2	3	27	3	4	3	3	2	3	3	2	23
128	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	4	3	2	3	3	3	3	3	24
129	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	39	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	4	2	3	3	3	3	2	23
130	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	2	38	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	3	2	3	3	3	2	2	21
131	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	38	3	2	2	3	3	3	3	2	3	24	3	3	2	3	3	3	2	2	21
132	3	3	2	2	3	3	3	4	1	1	3	3	3	34	2	4	3	3	3	2	3	3	3	26	3	4	3	3	4	3	3	3	26
133	3	3	3	3	1	2	3	4	4	3	3	3	1	36	3	2	3	3	3	3	3	3	2	25	3	4	3	3	3	3	2	3	24
134	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	2	2	38	2	3	3	3	3	3	3	1	3	24	3	3	3	3	3	3	2	2	22
135	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	1	36	3	2	2	2	3	3	3	2	3	23	3	4	2	3	3	3	3	2	23
136	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	38	2	3	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	3	3	3	3	2	1	22
137	3	3	2	3	4	3	2	2	2	3	2	3	2	34	3	3	2	4	3	2	4	2	2	25	2	4	2	3	3	3	2	3	22
138	3	2	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	38	2	3	2	3	3	3	2	4	3	25	3	3	2	3	3	3	3	4	24
139	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	37	2	3	2	3	3	3	3	3	3	25	3	3	2	3	3	3	3	2	22
140	3	2	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	40	3	3	2	3	2	3	3	3	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24
141	3	2	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	40	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24
142	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	42	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26	3	4	3	3	3	3	2	3	24
143	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	42	3	3	3	2	3	3	3	2	3	25	3	4	3	3	3	3	3	2	24
144	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	2	38	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25	3	3	2	3	3	3	2	4	23
145	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	1	40	3	3	3	2	3	3	4	2	3	26	3	4	2	3	2	3	3	3	23
146	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	42	2	3	2	3	2	3	3	2	3	23	3	4	2	3	3	3	3	2	23
147	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	2	2	40	3	2	3	3	3	3	2	3	3	25	3	3	2	4	3	3	3	2	23

148	3	2	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	39	2	2	3	3	3	3	3	3	3	25	3	4	1	3	2	3	2	3	21	
149	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	38	4	2	3	3	3	2	2	2	3	24	3	4	3	3	2	3	3	3	24	
150	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	44	2	3	4	4	4	4	4	2	3	30	3	3	4	4	3	4	4	4	29	
151	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	45	3	2	4	4	3	4	4	3	4	31	3	4	4	3	4	4	4	4	30	
152	3	1	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	41	3	2	4	4	3	4	3	3	4	30	3	3	4	3	3	3	3	4	26	
153	2	2	2	2	3	1	2	4	2	4	2	3	4	33	3	3	3	4	4	4	3	2	3	29	3	3	4	3	4	3	4	4	28	
154	3	2	2	2	4	3	3	4	2	3	2	3	2	35	3	4	4	3	4	4	3	3	4	32	3	4	4	3	3	4	4	4	29	
155	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	35	3	3	4	4	4	4	3	3	4	32	3	3	4	4	4	4	4	3	29	
156	3	2	3	3	4	2	2	4	2	3	4	4	2	38	3	3	3	4	4	4	2	2	3	28	2	4	3	4	3	3	4	4	27	
157	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	47	3	2	3	4	4	4	3	2	2	27	2	3	3	4	4	3	4	4	27	
158	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	43	3	2	4	4	3	4	2	3	3	28	3	1	3	4	3	4	3	2	23	
159	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	44	2	1	3	4	4	4	2	2	3	25	3	3	3	4	2	3	4	4	26	
160	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	45	2	2	4	4	3	4	3	2	3	27	3	3	2	1	2	3	3	3	20	
161	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	4	3	3	38	2	3	3	4	3	4	2	2	4	27	4	4	3	3	3	4	4	3	28	
162	2	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	4	2	36	1	2	3	4	2	4	2	3	3	24	4	3	3	3	2	2	3	3	23	
163	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	2	39	2	3	4	3	4	4	3	3	3	29	3	3	4	3	4	4	4	3	28	
164	2	2	2	2	4	3	2	4	3	1	3	4	1	33	4	3	4	3	3	4	3	3	4	31	3	3	2	4	3	3	4	4	26	
165	2	3	3	3	1	3	3	4	2	3	2	3	2	34	3	2	3	4	3	4	2	3	4	28	3	3	4	3	3	4	4	4	28	
166	3	1	3	3	3	4	1	3	3	3	4	3	1	35	2	2	4	4	3	4	4	2	3	28	2	3	3	4	4	3	3	2	24	
167	4	3	3	3	2	2	3	4	2	1	2	2	1	32	2	3	3	4	2	4	3	1	3	25	3	3	4	3	2	4	4	2	25	
168	3	2	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	2	41	2	2	4	1	2	4	3	2	4	24	2	4	4	2	1	4	3	2	22	
169	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	44	1	3	2	3	3	3	3	2	3	23	3	2	4	3	4	3	4	4	27	
170	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	44	3	2	3	1	3	3	4	2	3	24	3	3	2	3	3	3	3	3	4	24
171	4	1	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46	4	2	4	4	4	4	4	2	3	31	3	3	3	3	3	3	3	3	4	25
172	3	3	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	45	3	3	3	2	3	3	3	2	3	25	4	4	3	3	4	3	2	2	25	
173	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	45	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28	3	3	3	3	3	3	3	3	4	25
174	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	41	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24	
175	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	38	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25	3	3	3	3	3	2	2	3	22	
176	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	1	42	4	2	3	4	4	2	4	4	2	29	3	3	2	3	2	2	3	4	22	
177	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	43	4	2	3	3	4	2	4	4	3	29	3	4	2	3	3	3	3	4	25	

178	4	4	2	2	3	1	2	4	2	4	4	4	3	39	4	2	3	3	4	4	4	4	2	30	3	3	2	3	2	2	3	4	22
179	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	2	45	4	4	2	3	4	3	4	4	3	31	3	4	3	3	3	3	3	4	26
180	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	1	4	3	42	4	2	4	3	4	2	4	3	3	29	3	4	2	4	3	3	3	4	26
181	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	50	4	3	4	4	4	3	4	3	3	32	4	4	4	4	3	3	4	4	30
182	4	4	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	44	4	4	3	3	4	2	4	4	3	31	3	4	4	3	3	3	4	4	28
183	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	49	4	3	3	2	4	3	4	4	3	30	4	4	4	4	3	3	4	4	30
184	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	49	4	3	3	4	4	3	4	4	3	32	4	4	4	4	3	3	4	4	30
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	49	4	4	2	4	4	3	4	3	3	31	4	4	4	4	3	3	4	4	30
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	49	4	4	3	4	4	4	4	2	3	32	4	4	3	4	3	3	4	4	29
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	50	4	4	3	4	4	3	4	3	3	32	4	4	4	4	3	3	4	4	30
188	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	47	4	4	3	3	4	2	4	4	3	31	3	4	3	4	3	3	4	4	28
189	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	3	4	2	4	3	2	30	4	4	4	4	2	2	4	4	28
190	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	50	4	4	4	3	4	3	4	2	2	30	4	4	4	4	2	3	4	4	29
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	2	4	1	4	2	2	27	4	4	4	4	2	3	4	4	29
192	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	1	47	4	4	4	3	4	2	4	3	3	31	3	4	4	3	3	3	4	4	28
193	4	4	2	2	3	3	2	4	3	4	4	4	1	40	4	4	4	3	4	3	4	2	2	30	2	3	2	3	4	3	3	4	24
194	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	48	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33	4	4	4	4	3	3	4	4	30
195	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	46	4	3	4	2	4	2	4	3	3	29	3	3	3	3	2	2	3	4	23
196	4	4	2	2	2	3	2	4	2	3	4	4	3	39	4	3	2	3	4	4	4	4	2	30	2	4	3	4	3	2	4	4	26
197	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	3	4	3	4	3	3	32	4	4	4	4	3	3	4	4	30
198	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	45	4	4	3	3	4	3	4	4	3	32	3	3	3	4	3	3	3	4	26
199	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33	4	4	4	4	3	3	4	4	30
200	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	50	4	4	4	2	4	2	4	3	3	30	3	4	4	3	3	3	2	4	26
201	4	4	2	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	45	4	4	4	1	4	2	4	3	2	28	3	3	2	3	2	2	3	4	22
202	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	47	4	4	4	2	4	2	4	3	3	30	3	4	3	3	2	2	3	4	24
203	4	4	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	43	4	4	4	2	4	2	4	3	2	29	2	3	3	3	2	2	3	4	22
204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	1	4	1	4	3	2	27	4	4	4	4	3	3	4	4	30
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	4	4	4	1	4	2	4	2	3	28	4	4	4	4	3	3	4	4	30
206	4	4	2	3	3	2	3	4	2	4	4	3	2	40	4	3	2	4	4	4	4	3	2	30	2	3	2	3	2	2	3	4	21
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	51	4	4	2	2	4	2	4	2	3	27	4	4	4	4	3	3	4	4	30

207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	51	4	4	2	2	4	2	4	2	3	27	4	4	4	4	3	3	4	4	30
208	4	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	43	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33	3	4	3	3	3	3	4	4	27
209	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	39	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26	3	2	3	3	3	3	3	3	23
210	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	1	37	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25	3	4	2	3	3	3	3	3	24
211	3	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	42	3	2	3	3	3	3	3	3	26	3	4	23	3	3	3	3	2	44	
212	3	3	4	4	1	3	3	4	3	3	4	3	4	42	3	3	3	2	3	3	3	2	25	3	3	2	3	3	3	2	3	22	
213	4	2	2	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	40	4	3	4	4	4	4	3	4	34	2	4	2	3	3	4	4	4	26	
214	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	46	3	2	4	4	3	4	4	3	30	3	3	1	4	3	3	3	4	24	
215	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	4	4	3	42	2	3	4	4	4	4	3	3	31	4	4	4	3	4	4	4	4	31	
216	3	1	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	43	3	3	4	4	2	3	4	2	29	3	3	4	3	3	4	4	4	28	
	713	649	713	740	690	642	680	834	658	708	714	718	548	9007	644	590	643	682	714	699	684	553	658	5867	683	738	627	696	632	663	693	717	5449

Responden	Kecamatan	Lama Usaha	Omset Per bulan
		(tahun)	
1	Godean	2 Tahun	< Rp 5.000.000
2	Godean	20 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
3	Godean	13 Tahun	> Rp20.000.000
4	Godean	20 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
5	Godean	20 Tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
6	Godean	17 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
7	Godean	14 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
8	Godean	16 Tahun	> Rp20.000.000
9	Godean	6 Bulan	< Rp 5.000.000
10	Godean	9 Tahun	> Rp20.000.000
11	Godean	13 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
12	Godean	15 Tahun	> Rp20.000.000
13	Godean	17 Tahun	> Rp20.000.000
14	Godean	10 Tahun	> Rp20.000.000
15	Godean	6 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
16	Godean	9 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
17	Godean	6 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
18	Godean	13 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
19	Godean	2 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
20	Godean	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
21	Godean	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
22	Godean	6 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
23	Godean	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
24	Godean	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
25	Godean	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
26	Godean	7 Tahun	> Rp20.000.000
27	Godean	7 tahun	> Rp20.000.000
28	Godean	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
29	Godean	4 Tahun	> Rp20.000.000
30	Kalasan	15 tahun	> Rp20.000.000
31	Kalasan	3 Tahun	> Rp20.000.000
32	Kalasan	3 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
33	Kalasan	7 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
34	Kalasan	16 Tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
35	Kalasan	3 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
36	Kalasan	4 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000

37	Kalasan	2 tahun	< Rp 5.000.000
38	Kalasan	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
39	Kalasan	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
40	Kalasan	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
41	Kalasan	5 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
42	Kalasan	3 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
43	Kalasan	10 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
44	Kalasan	6 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
45	Kalasan	8 tahun	> Rp20.000.000
46	Kalasan	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
47	Kalasan	6 tahun	> Rp20.000.000
48	Kalasan	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
49	Kalasan	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
50	Kalasan	5 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
51	Kalasan	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
52	Pakem	2,5 Tahun	< Rp 5.000.000
53	Pakem	6 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
54	Pakem	5 Tahun	< Rp 5.000.000
55	Pakem	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
56	Pakem	2 Tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
57	Pakem	3 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
58	Pakem	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
59	Pakem	2 Tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
60	Pakem	3 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
61	Pakem	5 tahun	> Rp20.000.000
62	Depok	5 Tahun	> Rp20.000.000
63	Depok	8 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
64	Depok	6 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
65	Depok	8 Tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
66	Depok	2 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
67	Depok	1 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
68	Depok	2 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
69	Depok	1 Tahun	> Rp20.000.000
70	Depok	13 Tahun	> Rp20.000.000
71	Depok	4 Tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
72	Depok	6 Tahun	> Rp20.000.000
73	Depok	7 Tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
74	Depok	17 tahun	> Rp20.000.000
75	Depok	10 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000

76	Depok	1 tahun	< Rp 5.000.000
77	Depok	20 Tahun	< Rp 5.000.000
78	Depok	7 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
79	Depok	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
80	Depok	2 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
81	Depok	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
82	Depok	8 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
83	Depok	7 tahun	> Rp20.000.000
84	Depok	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
85	Depok	5 tahun	> Rp20.000.000
86	Depok	3 tahun	> Rp20.000.000
87	Depok	2 Tahun	> Rp20.000.000
88	Depok	5 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
89	Depok	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
90	Depok	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
91	Depok	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
92	Depok	7 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
93	Depok	8 tahun	> Rp20.000.000
94	Depok	2 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
95	Depok	11 tahun	> Rp20.000.000
96	Depok	3 tahun	< Rp 5.000.000
97	Depok	4 tahun	> Rp20.000.000
98	Depok	5 tahun	> Rp20.000.000
99	Depok	5 tahun	> Rp20.000.000
100	Depok	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
101	Depok	5 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
102	Depok	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
103	Depok	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
104	Depok	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
105	Depok	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
106	Depok	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
107	Depok	4 tahun	> Rp20.000.000
108	Depok	4 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
109	Depok	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
110	Depok	2 tahun	> Rp20.000.000
111	Depok	1 tahun	< Rp 5.000.000
112	Depok	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
113	Depok	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
114	Depok	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000

115	Depok	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
116	Depok	4 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
117	Depok	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
118	Depok	4 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
119	Depok	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
120	Depok	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
121	Depok	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
122	Depok	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
123	Depok	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
124	Depok	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
125	Depok	5 tahun	> Rp20.000.000
126	Depok	4 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
127	Depok	2 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
128	Depok	3 tahun	> Rp20.000.000
129	Depok	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
130	Depok	5 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
131	Depok	7 tahun	> Rp20.000.000
132	Depok	1 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
133	Depok	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
134	Depok	5 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
135	Depok	6 tahun	> Rp20.000.000
136	Depok	4 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
137	Depok	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
138	Depok	1 tahun	< Rp 5.000.000
139	Depok	9 tahun	> Rp20.000.000
140	Depok	2 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
141	Depok	5 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
142	Depok	15 tahun	> Rp20.000.000
143	Depok	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
144	Depok	6 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
145	Depok	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
146	Depok	8 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
147	Depok	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
148	Depok	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
149	Depok	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
150	Ngemplak	25 Tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
151	Ngemplak	11,5 tahun	< Rp 5.000.000
152	Ngemplak	6 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
153	Ngemplak	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000

154	Ngemplak	3 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
155	Ngemplak	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
156	Ngemplak	7 tahun	> Rp20.000.000
157	Ngemplak	2 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
158	Ngemplak	11 tahun	> Rp20.000.000
159	Ngemplak	8 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
160	Ngemplak	4 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
161	Ngemplak	6 tahun	> Rp20.000.000
162	Ngemplak	14 Tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
163	Ngemplak	2 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
164	Ngemplak	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
165	Ngemplak	5 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
166	Ngemplak	8 tahun	> Rp20.000.000
167	Ngemplak	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
168	Ngemplak	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
169	Ngemplak	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
170	Ngemplak	7 tahun	> Rp20.000.000
171	Ngaglik	23 tahun	> Rp20.000.000
172	Ngaglik	3 tahun	> Rp20.000.000
173	Ngaglik	5 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
174	Ngaglik	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
175	Ngaglik	2 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
176	Ngaglik	5 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
177	Ngaglik	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
178	Ngaglik	4 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
179	Ngaglik	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
180	Ngaglik	5 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
181	Ngaglik	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
182	Ngaglik	6 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
183	Ngaglik	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
184	Ngaglik	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
185	Ngaglik	1 tahun	< Rp 5.000.000
186	Ngaglik	1 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
187	Ngaglik	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
188	Ngaglik	6 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
189	Ngaglik	7 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
190	Ngaglik	3 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
191	Ngaglik	10 tahun	> Rp20.000.000
192	Ngaglik	7 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000

193	Ngaglik	6 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
194	Ngaglik	2 tahun	> Rp20.000.000
195	Ngaglik	1 tahun	< Rp 5.000.000
196	Ngaglik	7 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
197	Ngaglik	2 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
198	Ngaglik	3 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
199	Ngaglik	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
200	Ngaglik	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
201	Ngaglik	5 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
202	Ngaglik	3 tahun	Rp 5.000.000 - 10.000.000
203	Ngaglik	4 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
204	Ngaglik	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
205	Ngaglik	4 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
206	Ngaglik	3 tahun	< Rp 5.000.000
207	Ngaglik	3 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
208	Ngaglik	7 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
209	Ngaglik	5 tahun	> Rp20.000.000
210	Ngaglik	6 tahun	> Rp20.000.000
211	Ngaglik	4 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
212	Ngaglik	3 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
213	Ngaglik	2 tahun	Rp 10.000.000 - 15.000.000
214	Ngaglik	7 tahun	> Rp20.000.000
215	Ngaglik	6 tahun	> Rp20.000.000
216	Ngaglik	2 tahun	Rp 15.000.000 - 20.000.000
JUMLAH			

LAMPIRAN 5.
STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
y	216	20.00	32.00	52.00	41.6991	.31334	4.60507	21.207
ecommerce	216	29.00	15.00	44.00	25.2269	.21546	3.16660	10.027
modal	216	13.00	21.00	34.00	27.1620	.20159	2.96282	8.778
Valid N (listwise)	216							

LAMPIRAN 6.
UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		216
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.82850089
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.043
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.987
Asymp. Sig. (2-tailed)		.284

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI LINEARITAS

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * modal					
Between Groups (Combined)	1469.019	13	113.001	7.386	.000
Linearity	1221.801	1	1221.801	79.861	.000
Deviation from Linearity	247.218	12	20.601	1.347	.195
Within Groups	3090.421	202	15.299		
Total	4559.440	215			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * ecomerce	Between Groups	(Combined) Linearity	1399.120	15	93.275	5.903	.000
		Deviation from Linearity	889.435	1	889.435	56.288	.000
			509.685	14	36.406	2.304	.060
	Within Groups		3160.320	200	15.802		
	Total		4559.440	215			

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.355	2.611		6.263	.000		
	modal	.614	.104	.395	5.921	.000	.730	1.370
	ecomerce	.344	.097	.237	3.548	.000	.730	1.370

a. Dependent Variable: y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimen sion	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	modal	ecomerce
1	1	2.987	1.000	.00	.00	.00
	2	.008	19.527	.48	.03	.86
	3	.006	23.010	.51	.97	.14

a. Dependent Variable: y

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.007	1.602		-1.877	.062
modal	-.012	.064	-.014	-.190	.849
ecomerce	.248	.059	.318	4.167	.000

a. Dependent Variable: absres

Metode WLS

Log-Likelihood Values^b

Power	-2.000	-611.012
	-1.500	-606.732
	-1.000	-602.785
	-.500	-599.194
	.000	-595.974
	.500	-593.138
	1.000	-590.690
	1.500	-588.632
	2.000	-586.964 ^a

a. The corresponding power is selected for further analysis because it maximizes the log-likelihood function.

b. Dependent variable: y,
source variable: ecomerce

Model Description

Dependent Variable		y
Independent	1	modal
Variables	2	ecommerce
Weight	Source	ecommerce
	Power Value	2.000

Model: MOD_3.

**LAMPIRAN 7.
UJI HIPOTESIS**

UJI HIPOTESIS PERTAMA

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	modal ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.518 ^a	.268	.265	3.94923

a. Predictors: (Constant), modal

b. Dependent Variable: y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1221.801	1	1221.801	78.338	.000 ^a
	Residual	3337.639	214	15.596		
	Total	4559.440	215			

a. Predictors: (Constant), modal

b. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.845	2.484		7.990	.000
	modal	.805	.091	.518	8.851	.000

a. Dependent Variable: y

UJI HIPOTESIS KEDUA

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ecomerce ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.442 ^a	.195	.191	4.14120

a. Predictors: (Constant), ecomerce

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	889.435	1	889.435	51.863	.000 ^a
	Residual	3670.004	214	17.150		
	Total	4559.440	215			

a. Predictors: (Constant), ecomerce

b. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.496	2.268		11.244	.000
	ecomerce	.642	.089	.442	7.202	.000

a. Dependent Variable: y

UJI HIPOTESIS KETIGA

Model Description

Dependent Variable		y
Independent Variables	1 2	modal ecomerce
Weight	Source	ecomerce
	Power Value	2.000

Model: MOD_3.

Model Summary

Multiple R	.563
R Square	.317
Adjusted R Square	.310
Std. Error of the Estimate	.147
Log-likelihood Function Value	-586.964

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.145	2	1.072	49.378	.000
Residual	4.625	213	.022		
Total	6.770	215			

Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std. Error		
(Constant)	17.133	2.435			7.036	.000
Modal	.598	.102	.401	.068	5.873	.000
ecomerce	.330	.097	.231	.068	3.386	.001

**LAMPIRAN 8.
SURAT KETERANGAN
PENELITIAN**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 554902, 586168 pesawat 817, Fax (0274) 554902
Laman: fe.uny.ac.id E-mail: fe@uny.ac.id

Nomor : 71/UN34.18/LT/2017

12 Januari 2017

Lampiran : -

Hal : Permohonan Ijin Uji Instrumen Penelitian

Yth . Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kecamatan Berbah dan Prambanan

Kami sampaikan dengan hormat kepada Ibu/Bapak, bahwa mahasiswa kami berikut ini:

Nama : Nani Ernawati
NIM : 14812147022
Prodi/Jurusan : Akuntansi - SI
Fakultas : Ekonomi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta
Waktu Uji Instrumen : Jumat - Sabtu, 13 - 14 Januari 2017

Bermaksud melaksanakan uji instrumen untuk keperluan penulisan Tugas Akhir. Untuk itu kami mohon dengan hormat Ibu/Bapak berkenan memberikan ijin dan bantuan seperlunya.

Atas ijin dan bantuannya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I

Prof. Sukirno, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIP. 196904141994031002

Tembusan :

1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 554902, 586168 pesawat 817, Fax (0274) 554902
Laman: fe.uny.ac.id E-mail: fe@uny.ac.id

Nomor : 90/UN34.18/LT/2017
Lamp. : 1 Bendel Proposal
Hal : Ijin Penelitian

16 Januari 2017

Yth . Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi & UMKM Kabupaten Sleman
Jl. parasamya, Beran, Tridadi, Kec. Sleman, Kabupaten Sleman
Daerah Istimewa Yogyakarta 55511

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Nani Ernawati
NIM : 14812147022
Program Studi : Akuntansi - S1
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Sleman Yogyakarta.
Tujuan : Memohon ijin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi
Waktu Penelitian : Senin - Rabu, 16 - 18 Januari 2017

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Tembusan :
1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Prof. Sukirno, S.Pd., M.Si., Ph.D.
NIP. 196904141994031002



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 30 Januari 2017

Kepada Yth. :

Nomor : 074/674/Kesbangpol/2017
Perihal : Rekomendasi Penelitian

1. Kepala Plut-KUMKM DIY
 2. Kepala Dinperindagkop DIY
 3. Bupati Sleman
- Up. Kepala Kantor Kesbangpol
Kabupaten Sleman
Di

YOGYAKARTA

Memperhatikan surat :

Dari : Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
Nomor : 145/UN34.18/LT/2017
Tanggal : 23 Januari 2017
Perihal : Ijin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal : "PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA" Kepada :

Nama : NANI ERNAWATI
NIM : 14812147022
No. HP/Identitas : 085725841422/KTP.121014551092002
Prodi/Jurusan : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Plut-KUMKM DIY, Dinperindagkop DIY, UMKM Sleman
Waktu Penelitian : 17 Januari 2017 s.d 27 Februari 2017

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth.:

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta;
3. Yang bersangkutan

LAMPIRAN 9.
T TABEL

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI							
	dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0,2%	0,1%
satu sisi	10%	5%	2,5%	1%	0,5%	0,1%	0,05%	
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	318,309	636,619	
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,327	31,599	
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,215	12,924	
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173	8,610	
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893	6,869	
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208	5,959	
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785	5,408	
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501	5,041	
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297	4,781	
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144	4,587	
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025	4,437	
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930	4,318	
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852	4,221	
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787	4,140	
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733	4,073	
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686	4,015	
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646	3,965	
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,610	3,922	
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579	3,883	
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,552	3,850	
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,527	3,819	
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,505	3,792	
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,485	3,768	
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,467	3,745	
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,450	3,725	
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,435	3,707	
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,421	3,690	
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,408	3,674	
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,396	3,659	
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,385	3,646	
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	3,375	3,633	
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	3,365	3,622	
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	3,356	3,611	
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	3,348	3,601	
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	3,340	3,591	
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	3,333	3,582	
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	3,326	3,574	
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	3,319	3,566	
39	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	3,313	3,558	
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,307	3,551	
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	3,301	3,544	
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	3,296	3,538	
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	3,291	3,532	

44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	3,286	3,526
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	3,281	3,520
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	3,277	3,515
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	3,273	3,510
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	3,269	3,505
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	3,265	3,500
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	3,261	3,496
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	3,258	3,492
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	3,255	3,488
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	3,251	3,484
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	3,248	3,480
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	3,245	3,476
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	3,242	3,473
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	3,239	3,470
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	3,237	3,466
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	3,234	3,463
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,232	3,460
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	3,229	3,457
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	3,227	3,454
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	3,225	3,452
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	3,223	3,449
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	3,220	3,447
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	3,218	3,444
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	3,216	3,442
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	3,214	3,439
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	3,213	3,437
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	3,211	3,435
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	3,209	3,433
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	3,207	3,431
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	3,206	3,429
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	3,204	3,427
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	3,202	3,425
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	3,201	3,423
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	3,199	3,421
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	3,198	3,420
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	3,197	3,418
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	3,195	3,416
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	3,194	3,415
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193	3,413
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191	3,412
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,190	3,410
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189	3,409
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,188	3,407
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	3,187	3,406
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	3,185	3,405
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	3,184	3,403
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	3,183	3,402

91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182	3,401
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	3,181	3,399
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	3,180	3,398
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	3,179	3,397
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	3,178	3,396
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	3,177	3,395
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	3,176	3,394
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	3,175	3,393
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	3,175	3,392
100	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	3,174	3,390

LAMPIRAN 10.
F TABEL

