

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN BISNIS TERHADAP
PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK UKM DI KOTA MAKASSAR**

Skripsi

Untuk memenuhi salah satu persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-1

Program Studi Manajemen



School Of Business

Diajukan Oleh :

SRI RINI ANANDA

2015211940

KONSENTRASI EKONOMI DAN BISNIS INTERNASIONAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
NOBEL INDONESIA
MAKASSAR
2019

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

**PENGERUH PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN BISNIS
TERHADAP PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK UKM
KULINER DI KOTA MAKASSAR**

Diajukan Oleh :

Nama Mahasiswa : Sri Rini Ananda

NIM : 2015211940

Telah dipertahankan dihadapan penguji Tugas Akhir/Skripsi
STIE Nobel Indonesia pada tanggal 08 Maret 2019 dan dinyatakan diterima
untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Akademi
Sarjana Manajemen – S M.

Makassar, April 2018

Tim Penguji :

Ketua

: Prof. Dr. H. Saban Echdar S.E., M.Si 1.

Sekretaris

: Ridwan SE., M.Si 2.


Anggota

: Fitriany, S.E., M.Si 3.

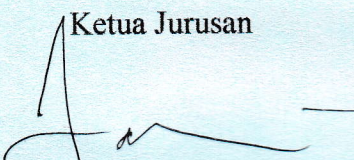


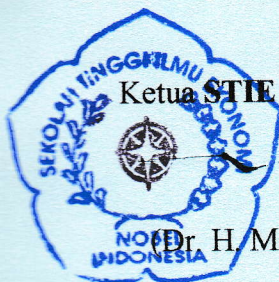
Mengesahkan,

Wakil Ketua I
Bidang Akademi



(Dr. Ahmad Firman S.E., M.Si)

Ketua Jurusan


(Yuswari Nur, S.E., M.Si)



Mengetahui,
Ketua STIE Nobel Indonesia Makassar


(Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M)

SURAT PERNYATAAN

Nama : Sri Rini Ananda
NIM : 2015211940
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Ekonomi dan bisnis internasional
Judul : Pengaruh Pengetahuan Dan Keterampilan Bisnis Terhadap
Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Di Kota Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar – benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa adanya dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Makassar, 22 Januari 2021

Yang Menyatakan



Sri Rini Ananda
NIM. 2015211940

ABSTRACT

Sri Rini Ananda. 2019. *The Effects of Business Knowledge and Skills Toward Increasing Competitiveness of Culinary Small Medium Enterprises Products at Makassar, supervised by Saban Echdar.*

This study aims to determine the effect of business knowledge and skills toward increasing the competitiveness of culinary small medium enterprises products at Makassar City (Center for Integrated Service of Small Medium Enterprise Cooperative).

This study uses a quantitative approach. The sample used was business people in the construction of (Center for Integrated Service of Small Medium Enterprise Cooperative) as many as 50 respondents. Data collection techniques with documentation and questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis used in this study is the multiple linear regression test, determination test (R^2), T-test and F test with the help of SPSS version 23.0.

The results showed that knowledge partially had a positive and significant effect toward increasing the competitiveness of culinary small medium enterprises products in Makassar, while business skills had a positive and significant effect toward increasing the competitiveness of culinary small medium enterprises products in Makassar. Knowledge and business skills simultaneously have a significant positive effect toward improving the competitiveness of culinary small medium enterprises products in Makassar.

Keywords: *Knowledge, Business Skills and Product Competitiveness*

ABSTRAK

Sri Rini Ananda. 2019. Pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar, pembimbing Saban Echdar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan keterampilan bisnis terhadap peningkatan daya saing produk UKM kuliner di Kota Makassar (Pembinaan PLUT KUMKM).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah para pelaku usaha di pembinaan PLUT KUMKM sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linier berganda, uji determinasi (R^2), uji T dan uji F dengan bantuan SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing produk UKM kuliner di Kota Makassar, sedangkan keterampilan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing produk UKM kuliner di Kota Makassar. Pengetahuan dan keterampilan bisnis secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan daya saing produk UKM kuliner di Kota Makassar.

Kata kunci: Pengetahuan, Keterampilan Bisnis dan Daya Saing Produk

ABSTRAK

Sri Rini Ananda “**Pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar**”. Dengan pembimbing Bapak Saban Echdar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah para pelaku usaha di Pembinaan PLUT KUMKM sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji determinasi (R^2), uji T dan uji F dengan bantuan SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengetahuan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan daya saing produk UKM kuliner di kota Makassar, sedangkan Keterampilan Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan daya saing produk UKM kuliner di kota Makassar. Pengetahuan dan keterampilan Bisnis secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Peningkatan daya saing produk UKM kuliner di kota Makassar.

Kata kunci: :pengetahuan, Keterampilan Bisnis dan Daya Saing Produk

MOTTO

“ Talent is cheaper than table salt. What separates the talented individual from the successful one is a lot of hard work ”

- Stephen King –

“ Memang talenta atau bakat setidaknya akan meringankan suatu usaha. Tapi bakat itu sendiri tidak akan pernah menjamin kesuksesan. Seseorang tidak akan menjadi sukses hanya karena baka, Kerja keras merekalah yang menentukan kesuksesan itu ”

- Stephen King -

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Skripsi ini telah selesai dan kupersembahkan

untuk:

Kedua Orang Tuaku Tercinta

Bapak H. Syahrirdan Ibu Hj. Rahmatia

Saudaraku Tercinta

Muh. Syaiful Syahrir

Sri Sukrisnawati Syahrir, Amd. Sek

Sri Nilawati Syahrir

Setiawan Syahrir

Sri Rahayu Syahrir

Muh Syahrul Syahrir

Muh. Syafri Syahrir

Sri Rezky Amelia Syahrir

Dan

Sahabat-sahabatku Tercinta

Serta Almamaterku

STIE Nobel Indonesia Makassar

KATA PENGANTAR

AssalamualaikumWr. Wb.

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Adalah ungkapan pertama yang penulis ucapkan atas terselesaikannya skripsi ini. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Bisnis dan Keterampilan Bisnis terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar”** ini penulis susun dalam rangka penyelesaian studi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini penulis menemui banyak kendala. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mashur Razak, S.E., M.M. selaku Ketua STIE Nobel Indonesia yang telah memberikan persetujuan untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Dr. Ahmad Firman, S.E., M.Si. selaku Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekaligus pembimbing yang telah membantu dan mempercepat legitimasi penelitian ini.
3. Bapak YuswariNur,S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah membantu mempercepat legitimasi penelitian ini.
4. Bapak Prof. H. Saban Echdar, S.E., M.M. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan banyak bantuan, masukan , saran dan kritikan yang membangun untuk kelancaran penulisan skripsi ini.

5. Bapak Ridwan, S.E., M.Si. dan Ibu Fitriany, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dan masukan bagi penulis untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
6. Bapak/IbuDosen yang telah begitu tulus membekali penulis dengan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga.
7. Yang tersayang Ayahanda saya H. Syahrir dan Ibunda tercinta saya Hj. Rahmatia serta saudara (i) Muh. Syaiful Syahir, Sri Sukrisnawati, Sri Nilawati, Setiawan Syahrir, Sri Rahayu Syahrir, Muh. Syahrul Syahrir, Muh. Syafri Syahrir, Sri Rezky Amelia yang telah banyak memberikan bantuan moril dan materil.
8. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Keberadaan skripsi ini merupakan sebuah symbol keberhasilan tersendiri bagi penulis. Kendatipun terwujudnya dalam format yang sangat sederhana dan penuh keterbatasan, penulis tetap berharap agar hasil karya ini menjadi sebuah titipan Allah SWT yang melalui tangan penulis dapat memberikan faedah kepada kita semua.

Akhirnya tiada lain yang dapat penulis lakukan selain memohon maaf atas segala kekhilafan dan keterbatasan yang ada, sekaligus menyerahkan kepada Allah SWT semoga segala sumbangsih yang begitu tulus dari semua pihak mendapatkan pahala yang berlipat ganda Amin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Usaha Kecil Menengah	8
2.1.1 Pengertian Usaha Kecil Menengah	8
2.1.2 Peranan Usaha Kecil Menengah	11
2.1.3 Kriteria-Kriteria Usaha Kecil Menengah	14
2.1.4 Permasalahan yang di hadapi Usaha Kecil Menengah	14
2.2 Pengetahuan Bisnis	16
2.2.1 Pengertian Pengetahuan Bisnis	16

2.2.2 Indikator Pengetahuan Bisnis	17
2.3 Keterampilan Bisnis	18
2.3.1 Pengertian Keterampilan Bisnis	18
2.3.2 Dimensi Keterampilan Bisnis.....	19
2.3.3 Pengaruh Keterampilan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha ...	20
2.3.4 Indikator- Indikator Keterampilan Bisnis.....	22
2.4 Daya Saing Produk	23
2.4.1 Pengertian Daya Saing Produk.....	23
2.4.2 Faktor-Faktor Untuk Mengimbangi Daya Saing	24
2.4.3 Strategi Daya Saing UKM	24
2.4.4 Indikator- Indikator Daya Saing Produk	25
2.4.5 Konsep Dan Strategi Produk.....	25
2.5 Penelitian Terdahulu.....	28
2.6 Kerangka Pikir.....	31
2.7 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.2 Metode pengumpulan Data.....	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data.....	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	36
3.5 Metode Analisis Data	37

3.5.1 Uji Validitas.....	37
3.5.2 Reliabilitas	37
3.5.3 Analisis Linier Berganda.....	38
3.5.4 Uji Parsial.....	38
3.5.5 Uji Simultan.....	39
3.6 Definisi Operasional	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskriptif Responden	42
4.1.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2 Variabel Penelitian.....	45
4.3 Uji Keterandalan Kuesioner	55
4.4.1 Uji Validitas.....	55
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.4.3 Analisis Linear Berganda	57
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	59
4.4.5 Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	60
4.4.6 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	62
4.4.7 Variabel Dominan.....	63
4.4 Pembahasan	64
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70
5.2.1 Bagi Pelaku Bisnis UKM.....	70
5.2.2 Bagi Peneliti selanjutnya.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam perindustrian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di negara kita sejak beberapa waktu yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor usaha kecil menengah terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Mengingat pengalaman yang telah dihadapi oleh Indonesia selama krisis, kiranya tidak berlebihan apabila pengembangan di sektor swasta difokuskan pada UKM, terlebih lagi unit usaha ini seringkali terabaikan hanya karena hasil produksinya dalam skala kecil dan belum mampu bersaing dengan unit usaha lainnya.

Pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya. Kebijakan pemerintah kedepan perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM disamping mengembangkan kemitraan usaha yang paling menguntungkan antar pengusaha besar dan pengusaha kecil dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia.

Pengembangan sektor swasta merupakan suatu hal yang tidak diragukan lagi perlu untuk dilakukan. UKM memiliki peran yang penting dalam

pengembangan usaha di Indonesia. UKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar. “hampir semua usaha berawal dari UKM”. Usaha Kecil Menengah (UKM) harus terus ditingkatkan (*up grade*) dan aktif agar dapat maju dan bersaing dengan perusahaan besar. Jika tidak UKM di Indonesia yang merupakan jantung perekonomian Indonesia tidak bisa maju dan berkembang. Satu hal yang perlu diingat dalam pengembangan UKM adalah bahwa langkah ini tidak semata-mata merupakan langkah yang harus diambil oleh pemerintah dan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah.

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

Pengetahuan (*Knowledge*) hasil dari pengalaman dalam penggunaan data dan informasi, untuk mendeskripsikan bagaimana pola dan data informasi dalam menyelesaikan suatu masalah. Pengetahuan kewirausahaan yaitu kemampuan untuk mengenal atau menciptakan peluang dan mengambil tindakan untuk sesuatu

yang perlu diketahui mengenai kewirausahaan yang diperoleh dari sumber-sumber informasi.

Pengakuan pengetahuan sebagai asset strategik mendorong diperlukannya manajemen pengetahuan. Manajemen pengetahuan (*knowledge management*) sendiri menjadi penting dan berperan dalam organisasi karena dapat menunjukkan inisiatif dan poduser pengelolaan yang jelas, mudah dimengerti dan komprehensif (Nawawi, 2012).

Pengetahuan berbisnis dan keterampilan bisnis sangat penting bagi pelaku UKM dengan bermodalkan ide dan modal yang sangat minim namun juga dengan sentuhan pengetahuan bisnis akan bisa berkembang. Pengetahuan terhadap aspek legal akan menyelamatkan eksistensi bisnis, begitu juga dengan adanya penerapan pengetahuan lainnya akan membuat bisnis lebih maju dan mandiri.

Pentingnya kebijakan pemerintah dalam meningkatkan daya saing Produk UKM maka dapat meningkatkan Daya Saing Produk UKM yang ada di Kota Makassar, Pemerintah Kota Makassar akan mendorong Pelaku Usaha Kecil Menengah untuk terus meningkatkan kualitas produk. Ini penting agar bisa mengingat pertumbuhan dan perkembangan UKM agar menjadi salah satu penggerak untuk meningkatkan daya saing UKM di tengah era masyarakat ekonomi Asean.

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut maka penulis memberikan judul penelitian ini dengan **“Pengaruh Pengetahuan Dan Keterampilan Bisnis Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan diatas, dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis berpengaruh secara Parsial terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar?
2. Apakah Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis berpengaruh secara Simultan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar?
3. Manakah Variabel yang paling Dominan berpengaruh terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang ada diatas, maka yang menjadi tujuan penulisan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan dalam Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar
2. Untuk mengetahui Pengaruh Keterampilan Bisnis dalam Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar
3. Untuk mengetahui masalah Variabel yang paling dominan yang berpengaruh terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat bagi yang diharapkan agar tercapainya dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoretis, penelitian ini diharapkan agar menjadikan sebagai bahan masukan untuk lebih lanjut, bagaimana cara Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis akan Berpengaruh pada Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar.
2. Dapat dijadikan sebagai panduan bagi penulis yang lain yang akan melakukan penelitian lanjutan terhadap pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis akan Berpengaruh pada Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Kecil Menengah

2.1.1 Definisi Usaha Kecil Menengah

Berdasarkan Keputusan Presiden RI nomor 99 tahun 1998, usaha kecil menengah adalah “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas ialah kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.”Usaha Kecil Menengah atau biasa disingkat UKM dimaksudkan untuk mereka yang memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari 200 juta termasuk tanah dan bangunan yang dimiliki. Untuk omzet 300 juta keatas tiap tahun, pemerintah akan mengambil pajak dari hasil yang diraih karena pemerintah membutuhkan dana untuk infrastruktur.

Menurut UU No.20/2008, yang dimaksud usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dimiliki orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam UU.

Pada tanggal 4 Juli telah di tetapkan dalam undang-undang Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Mikro adalah :

(1)Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi Usaha Mikro, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.”

(a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) yang tidak termasuk dengan tanah dan tempat usaha

(b) Memiliki penghasilan setiap tahunnya setidaknya Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

(2)Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil yakni :

(a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

(b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

(3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak dari suatu perusahaan atau cabang perusahaan yang

dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar yang memenuhi kriteria :

- (a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp100.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- (b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Usaha Kecil Menengah adalah salah satu bagian yang terpenting dari perekonomian suatu negara maupun daerah begitu juga dengan Negara Indonesia UKM ini sangat penting karna berperan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat dan menciptakan lapangan kerja baru lewat Usaha Kecil Menengah (UKM).

Usaha Kecil Menengah Perlu dikembangkan menurut Kurniawan (2009) karena :

1. UKM menyerap banyak tenaga kerja.
2. UKM memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas, yang pada tahun 1990 mencapai US\$ 1.031 juta atau menempati ranking kedua setelah ekspor dari kelompok aneka industri.

3. Adanya urgensi untuk struktur ekonomi yang terbentuk piramida, yang menunjukkan adanya ketimpangan yang lebar antara pemain kecil dan besar dalam ekonomika Indonesia.

Dari alasan pertama dijelaskan bahwa dengan adanya UKM dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia, padahal pengangguran yang tinggi adalah penyumbang terbesar dalam penyebab terjadinya kemiskinan di Indonesia, dengan demikian juga terjadi di provinsi Sumatera Selatan (Scripo, 2010). Banyaknya UKM akan menyebabkan perekonomian yang kuat, karena terbukti bahwa UKM paling tahan terhadap Krisis (Kuncoro, 2008).

2.1.2 Peranan Usaha Kecil dan Menengah

Peranan usaha kecil dan menengah dalam perekonomian tradisional di akui sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi UKM yang ada di lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan sebagai penggerak peningkatan ekspor manufaktur atau nonmigas. Terdapat beberapa alasan pentingnya pengembangan UKM :

- a. Fleksibilitas dan adaptabilitas UKM dalam memperoleh bahan mentah dan peralatan.
- b. Relevansi UKM dengan proses-proses desentralisasi kegiatan ekonomi guna menunjangnya integritas kegiatan pada sektor ekonomi lain.
- c. Potensi UKM dalam menciptakan dan memperluas lapangan kerja.

Sejalan dengan pemikiran tentang permasalahan yang menyangkut tentang UKM bisa ditempatkan di dalam kerangka utuh bagi terwujudnya suatu pembaharuan ekonomi yang mendasar maka diperlukan suatu landasan pijak yang kokoh dan kerangka pemikiran yang komprehensif yang memayunginya. Selama pemerintahan orde baru pengakuan sektor UKM hanya terhenti pada tatatanan konseptual, sedang dalam realisasinya sektor UKM mengganti peran usaha besar menjadi dikesampingkan.

Peranan UKM menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua departemen:

1. Departemen Perindustrian dan Perdagangan
2. Departemen Koperasi dan UKM

Kegiatan UKM meliputi berbagai kegiatan ekonomi, namun sebagian besar berbentuk usaha kecil yang bergerak disektor pertanian. UKM juga mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, oleh karna itu selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga juga berperan dalam pendistribusian hasil hasil pembangunan. Kebijakan yang tepat untuk mendukung UKM seperti: Perizinan, Teknologi, Struktur, Manajeman, Pelatihan, Pembiayaan.

Mengacu pada konsep pengakuan persan sektor UKM, maka pemberdayaan ekonomi rakyat harus terwujud dalam dua sisi, yaitu pertama perluasan basis aktor-aktor ekonomi dalam proses produksi, kedua penegakan kedaulatan konsumen. Dengan demikian baik dari sisi produsen maupun konsumen harus sama-sama diberdayalan.

Kenyataan membuktikan sektor UKM sangat beraneka ragam, baik dari segi kegiatan maupun lingkungan usaha yang dihadapinya. Oleh karena itu karakteristik dan permasalahan yang dihadapi UKM berbeda dari satu jenis kegiatan ke jenis kegiatan yang lainnya, dan satu lokasi ke lokasi lainnya. Realita inilah yang menyebabkan tidak memungkinkan dibuat suatu kebijakan nasional baik pemberdayaan UKM yang dirancang secara sentralis dan terinci sampai ketinggian operasional.

Di tingkat nasional dibutuhkan dalam sebuah komitmen politik dan dukungan bidang-bidang, baik langsung maupun tidak langsung, memperkokohkan bagi tumbuh dan berkembangnya sektor UKM. Menurut Fasisal komitmen politik dari eksekutif dan parlemen paling tidak mencakup tiga hal, yaitu : pertama keterpihaan yang dilandasi prinsip-prinsip pemberdayaan usaha kecil yang sangat sehat lewat penguatan daya saing dan arah pengmebangan UKM.

Kedua alokasi dana APBN / APBD yang cukup memadai untuk UKM sebagai cerminan dari politik anggaran. Ketiga pembuatan peraturan perundang-undangan yang memberikan ruang gerak seluas luasnya disatu pihak dan menghilangkan hambatan-hambatan yang dihadapi UKM.

Peranan UKM dalam jangka panjang sebagai basis untuk mencapai kemandirian pembangunan ekonomi karna UKM umumnya diusahakan pengusaha dalam negeri dengan menggunakan kandungan impor yang rendah.

2.1.3 Kriteria-Kriteria Usaha Kecil Menengah

Berikut ini kriteria-kriteria UKM pada tingkat Internasional yang di keluarkan oleh World Bank yaitu :

1. Medium enterprise, dengan kriteria :
 - (1) Jumlah karyawan maksimal 300 orang
 - (2) Pendapatan setahun hingga jumlah \$15 juta dan
 - (3) Jumlah aset hingga sejumlah \$ 15 juta
2. Small enterprise dengan kriteria :
 - (1) Jumlah karyawan kurang dari 30 orang
 - (2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$3 juta, dan
 - (3) Jumlah aset tidak melebihi \$3 juta
3. Micro Commosion, dengan kriteria
 - (1) Jumlah karyawan kurang dari 10 orang
 - (2) Pendapatan setahun tidak melebihi \$ 100 ribu, dan
 - (3) Jumlah aset tidak melebihi \$100 ribu

2.1.4 Permasalahan yang di hadapi Usaha Kecil Menengah

Permasalahan yang dihadapi UKM antara lain meliputi factor internal dan factor eksternal :

1. Faktor Internal
 - (1) Terbatasnya Modal

Kurangnya permodalan merupakan factor utama yang dihadapi untuk mengembangkan unit usaha. Karena pada umumnya usaha kecil

mengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang bersifat tertutup.

(2) Terbatasnya SDM (Sumber Daya Manusia)

Terbatasnya SDM usaha kecil baik dalam segi pendidikan formal maupun pengetahuan dan keterampilan sangat berpengaruh pada manajemen pengelolaan usahanya, sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang secara optimal.

(3) Lemahnya Jaringan Usaha dan Kemampuan Penetrasi UKM

Jaringan usaha yang sangat terbatas dan kemampuan penetrasi rendah maka produk yang dihasilkan jumlahnya sangat terbatas dan mempunyai kualitas yang kurang kompetitif.

2. Faktor Eksternal

(1) Iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif dengan kebijakan pemerintah

Untuk mengembangkan pertumbuhan UKM cukup sulit, terlihat dari masih terjadinya persaingan yang kurang sehat, antara pengusaha kecil dan pengusaha besar.

(2) Terbatasnya sarana dan prasarana usaha

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki tidak sesuai dengan yang dibutuhkan saat ini, sehingga

produk yang dihasilkan tidak maksimal karena kurangnya inovasi dan daya dukung peralatan.

(3) Terbatasnya akses pasar

Terbatasnya akses pasar akan sangat mempengaruhi pemasaran dan pendistribusian produk yang dihasilkan. Selain itu produk juga sulit untuk dipasarkan secara kompetitif di pasar nasional maupun internasional.

2.2 Pengetahuan Bisnis

2.2.1 Definisi Pengetahuan Bisnis

Pengetahuan memiliki peran yang sangat penting dalam aspek kehidupan manusia. Pengetahuan yaitu manusia mengembangkan keterampilan yang berguna bagi kehidupannya. Karena demikian hal dengan pengetahuan kewirausahaan yang merupakan factor yang penting dalam kegiatan kewirausahaan karena pengetahuan wirausaha merupakan dasar untuk menjadikan seorang menjadi wirausaha. Dengan adanya pengetahuan wirausaha seseorang dapat dengan mudah mengetahui hal-hal apa saja yang harus dilakukan jika untuk terjun langsung sebagai wirausaha. Karena pengetahuan kewirausahaan merupakan yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (Agustini, 2017:24).

Kewirausahaan adalah kemampuan diri untuk mengelola sesuatu yang sudah ada dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan sehingga akan berguna dimasa depan (Hendro, 2011:30).

Menurut Ropke (Yuyus Suryana dan Krtib Bayu, 2015:25) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) dan membuat sesuatu yang berbeda dari yang telah ada (inovasi), tujuannya adalah tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi masyarakat.

Pengetahuan kewirausahaan adalah keseluruhan apa yang di ketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan berproses dalam ranah kongnitif berupa ingatan dan pemahan tentang cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara nasional dan logis dalam menangani suatu usaha (Ranto, 2007:22).

Berdasarkan penguraian diatas bahwa pengetahuan bisnis adalah seseorang yang telah mengetahui suatu proses pembelajaran bisnis untuk melakukan suatu kegiatan usaha untuk menciptakan produk dan menghasilkan laba.

2.2.2 Indikator Pengetahuan Kewirausahaan

Beberapa bekal pengetahuan keterampilan bisnis yang perlu dimiliki menurut (Suryana, 2014 :81) dalam (Noprianto,2016:15) adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Mengenai usaha yang akan dirintis.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab.
3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri.
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis.
5. Pengetahuan tentang mengelola SDM

2.3 Keterampilan Bisnis

2.3.2 Definisi Keterampilan Bisnis

Menurut Riyanti (2003) dalam Eka Handriani (2011:50) *Entrepreneurial Skill* berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik. Dengan demikian seseorang *entrepreneur* harus tetap berlandaskan pada kemampuannya menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijalankan dapat berhasil dengan baik.

Gibb dalam Fitriani dan Hermiati (2010:263) menyatakan, *the process of entrepreneurship includes behaviors, skill and attributes belonging to a person in entrepreneurial education*. Proses kewirausahaan meliputi perilaku, keterampilan, dan attribute yang dimiliki seseorang dalam pendidikan kewirausahaan. Dalam mengembangkan kewirausahaan, diperlukan proses yang mencakup identifikasi sifat-sifat yang berhubungan dengan kewirausahaan. Baik dalam bentuk keterampilan dan atribut yang melekat dalam kewirausahaan.

Seorang wirausaha membutuhkan banyak keterampilan untuk menjalankan bisnis dengan sukses. Kemampuan yang baik dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh dan membuktikan kemampuannya tersebut dalam menjalankan sebuah bisnis yang menunjukkan tingkat keterampilan yang diperoleh oleh seorang wirausaha. Keterampilan-keterampilan ini berbeda antara satu bisnis dengan bisnis yang lain, karena setiap usaha memang berbeda..

Tentu saja, karena setiap bisnis akan membutuhkan beberapa pengetahuan dan keterampilan khusus yang diperlukan untuk bisnis itu sendiri. Meskipun demikian

,terdapat keterampilan-keterampilan umum bagi kebanyakan bisnis. Beberapa pengetahuan umum tersebut yaitu :

1. Mengembangkan sebuah rencana bisnis
2. Memperoleh bantuan teknis
3. Memilih jenis kepemilikan
4. Merencanakan strategi pasar
5. Lokasi bisnis
6. Membiayai bisnis
7. Menangani isu-isu hukum
8. Mentaati peraturan pemerintah
9. Mengelola bisnis
10. Mengelola sumber daya manusia
11. Mempromosikan bisnis
12. Mengelola upaya penjualan
13. Menyimpan catatan bisnis
14. Mengelola keuangan
15. Mengelola kredit pelanggan dan penagihan

2.3.3 Dimensi Keterampilan Bisnis

Menurut Chang dan Rieple (2013:227) mengemukakan bahwa ada 4 dimensi Keterampilan Wirausaha, yaitu :

1. *Technical Skills*. Sejumlah wirausahawan yang sukses memiliki kompetensi dalam mengelola operasional, diluar dasar produksi produk

atau layanan. Termasuk kemampuan mengelola rantai pasokan dan mempunyai pengetahuan tentang teknologi baru.

2. *Management Skills*. Keterampilan ini meliputi perencanaan dan pengorganisasian, mengidentifikasi pelanggan dan saluran distribusi, mengelola sumber daya dan kemampuan mengatur ditempat yang tepat dan struktur system control. Keterampilan ini termasuk keterampilan tingkat tinggi, seperti mencari pemecahan masalah, kemampuan untuk membangun kemampuan inti dan kemampuan menangani karyawan secara efektif .
3. *Entrepreneurship Skills*. Keterampilan ini meliputi perencanaan bisnis, peka terhadap peluang, analisis lingkungan bisnis dan kemampuan mengakses keahlian eksternal.
4. *Personal Maturity Skills*. Keterampilan ini meliputi kesadaran diri, kemampuan merefleksikan apa yang terjadi, mengenali dan memperbaiki kelemahan, bertanggung jawab untuk memecahkan masalah dan kemampuan untuk menghasilkan solusi.

2.3.4 Pengaruh Keterampilan Bisnis terhadap keberhasilan Usaha

Kenneth Chukwujioko (2013:8), that the increasing entrepreneurial success was associated with skills for planning and budgeting for a marketing strategy that provides attractive range of products, skills to act quickly on detecting changes in the environment, skills for assessing sales problems as a way of maintaining good customer relations, skills to focus good customer relations, skills to focus on product

quality so as to capture a sizeable market share and management expertise skills to attract and keep competent employees. Berdasarkan di atas menyatakan bahwa keberhasilan kewirausaha akan berhasil dengan memiliki keterampilan dalam perencanaan dan penganggaran untuk strategi pemasaran yang menyediakan berbagai produk menarik, bertindak cepat mendeteksi perubahan lingkungan, menilai masalah penjualan sebagai cara mempertahankan hubungan dengan pelanggan, fokus pada kualitas produk sehingga dapat meraih pangsa pasar dan menarik serta mempertahankan karyawan yang kompeten.

Robert L. Engle (2011:2), *there are people with visions of executing innovative ideas, of opening their own business, and of operating those businesses successfully in the long term. Turning such visions into reality requires a host of personal characteristics, skills, and abilities.* Ada orang-orang dengan visi melaksanakan ide-ide inovatif, membuka bisnis mereka sendiri, dan mengoperasikan bisnis yang sukses dalam jangka panjang. Mengubah visi tersebut menjadi kenyataan memerlukan sejumlah karakteristik pribadi, keterampilan, dan kemampuan. Pernyataan di atas menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dalam jangka panjang adalah karakteristik pribadi, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh pengusaha dalam mengelola usahanya. Oleh karena itu, keterampilan diperlukan seorang pengusaha. Terutama dalam industri kreatif seperti distro. Dengan keterampilan yang memadai, usaha tersebut akan berhasil.

2.3.5 Indikator-Indikator Keterampilan Bisnis

Menurut D.Made Dharmawati (2016:196), indikator keterampilan wirausaha diantaranya, adalah :

1. Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko. Hal ini menyangkut kecakapan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajerial serta menginterpretasikan informasi dari berbagai sumber informasi.
2. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah. Merupakan keterampilan dalam bidang teknologi dan inovasi dalam upaya penciptaan nilai tambah.
3. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola. Hal ini berkaitan dengan kemampuan dalam memimpin suatu organisasi dan mengelola sumber daya yang ada.
4. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi merupakan keterampilan untuk menjalin hubungan dengan orang banyak, karena wirausaha tidak mungkin berdiri sendiri tanpa adanya kerja sama dengan orang lain.
5. Keterampilan teknik usaha yang akan dilakukan yaitu keterampilan mengenai kemampuan khusus yang dimiliki juga mengimplementasikannya dalam hal-hal yang berkaitan dengan usaha yang dijalankan.

2.4 Daya Saing Produk

2.4.2 Definisi Daya Saing Produk

Daya saing adalah kemampuan seseorang untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara entitas sejenis dalam lingkungan yang sama.

Daya saing itu bersifat relative karena untuk menentukannya memerlukan perbandingan. daya saing seseorang bersifat relative tergantung siapa para pesaingnya, bisa saja waktu sebuah perusahaan memiliki daya saing tinggi. Tetapi di waktu lain ketika para pesaingnya berganti dengan jauh lebih kompeten bisa saja daya saingnya menurun terhadap para pesaingnya.

Dengan adanya persaingan memunculkan daya saing yang bernilai positif bagi kemajuan .demi meningkatkan daya saing membuat orang meningkatkan kualitas diri dari sisi dan kelemahan-kelemahan mencoba mengatasi kelemahan.

Peningkatan Daya Saing Produk adalah tingkat kemampuan produk untuk dijual atau kemampuan manajemen produksi pada suatu perusahaan dalam menghasilkan struktur biaya variable rata-rata yang nilainya lebih rendah dari pada nilai / harga produk.

Kotler (2008:425) pengertian keunggulan daya saing produk adalah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menyampaikan nilai pelanggan yang lebih besar melalui harga yang lebih murah dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang sesuai dengan penetapan harga yang lebih tinggi.

Salah satu factor yang mempengaruhi daya saing produk menurut McEachern (2001:159) daya saing produk dapat dilakukan dengan cara perbedaan fisik, yang paling jelas adalah dari perbedaan fisik dan kualitas. Layanan dan citra suatu produk dapat meningkatkan suatu produk salah satunya yaitu dengan cara melakukan promosi dengan bintang terkenal.

2.4.3 Faktor-Faktor Untuk Mengimbangi Daya saing

Factor-faktor utama untuk mengimbangi daya saing pasar menurut Echdar (2013:88) adalah :

1. Ancaman pesaing baru, kuat/lemah
2. Acaman produk atau jasa substitusi, kuat/lemah
3. Tingginya persaingan diantara produk yang ada, kuat/lemah
4. Kekuatan tawar menawar antar pemasok bahan baku dan produk, kuat/lemah
5. Kekuatan tawar menawar antar pembeli/pelanggan, kuat/lemah
6. Daya tarik dan kemampualabaan pasar target, kuat/lemah

2.4.4 Stategi Daya Saing UKM

Permasalahan usaha kecil menengah di Indonesia pada umumnya relative sama. Namun penentuan strategi untuk peningkatan daya saing, tetap harus meneliti UKM secara detail dan berkesinambungan agar tercipta suatu solusi dalam memenangkan persaingan yang ada. Oleh karena itu ada beberapa langkah yang bisa di tawarkan, agar UKM bisa menjaga dan memenangkan persaingan, yaitu :

1. konsisten menjaga kualitas produk

2. tambahkan daya saing UKM melalui *packing* produk yang menarik.
3. Berani bersaing dari segi harga
4. Menjaga loyalitas konsumen.

2.4.5 Indikator-indikator daya saing produk

1. Meningkatkan kualitas produk
2. Pangsa dan jangkauan pasar
3. Pertumbuhan volume produksi dan pemasaran
4. Daya tarik produk
5. Produk yang akan di tawarkan ke pelanggan

2.4.6 Konsep dan Strategi Produk

Konsep produk adalah versi terperinci dari sebuah ide yang dinyatakan dalam suatu istilah yang berarti dalam konsumen (Ariadne 2017 :99).

Konsep produk merupakan gambaran singkat bagaimana produk dapat memuaskan kebutuhan konsumen yang telah diidentifikasi melalui survei.(irawan purna 2017:99).

Menurut Irawan Purna (2017 :100-101) Dalam pengembangan konsep produk sebagai inti dari perencanaan pengembangan produk terletak pada kebutuhan konsumen yang diperoleh dari identifikasi kebutuhan. Ada tiga bagian yang terpenting yang akan ditingkatkan dengan membuat konsep adalah sebagai berikut :

1. Bentuk merupakan bentuk fisik suatu produk itu sendiri, material penyusunannya, komponen pendukung dan sebagainya.

2. Teknologi hal termasuk didalamnya antara lain adalah prinsip, teknik, perlengkapan, mekanika dan kebijakan yang dapat digunakan untuk menciptakan atau mencapai produk yang direncanakan.
3. Keuntungan, nilai keuntungan yang diharapkan oleh konsumen dari produk yang akan dibuat berdasarkan kebutuhan konsumen yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Penyusunan konsep produk harus disertai dengan serangkaian kebutuhan pelanggan dan spesifik dan spesifikasi target yang ingin dicapai, serta diakhiri dengan terciptanya beberapa konsep produk sebagai sebuah pilihan akhir. Konsep produk sebagai sebuah pilihan terakhir.

Beberapa kesulitan dalam proses pemilihan konsep produk yang sering dialami oleh tim pengembangan produk menurut (Irawan Purna 2017:109) sebagai berikut:

1. Informasi terkait konsep produk tidak lengkap.
2. Konsep produk sering masih dalam bentuk konsep abstrak.
3. Konsep produk belum mampu diuraikan secara detail.
4. Konsep produk belum dapat dinilai kinerjanya.

Strategi Produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk dipasarkannya juga berhubungan pula dengan hal-hal atribut lain yang melekat pada produk tersebut. hanya dengan kepuasan konsumen maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan, jadi kepuasan pelanggan haruslah menjadi dasar utama bagi perencanaan strategi produk.

Menurut (Kasmir, Jakfar 2003:52-53)Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk antara lain :

1. Penentuan Logo dan Moto

Logo merupakan ciri khas suatu prroduk, sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi suatu perusahaan dalam melayani masyarakat.Baik logo maupun moto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto antara lain :

- a. Logo dan Moto harus memiliki arti(dalam arti positif)
- b. Logo dan Moto harus menarik perhatian
- c. Logo dan Moto harus mudah diingat

2. Menciptakan Merek

Merek merupakan suatu hal penting bagi konsumen untuk mengenal barang dan jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, symbol, desain dan kombinasi dari semuanya. Agar merek mudah dikenal masyarakat, maka penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor lain:

- a. Mudah diingat
- b. Terkesan hebat dan modern
- c. Memiliki arti (dalam arti positif)
- d. Menarik perhatian

3. Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkusan suatu produk. Penciptaan kemasan pun harus memenuhi berbagai persyaratan, seperti kualitas kemasan bentuk, warna, dan persyaratan lainnya.

4. Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label harus menjelaskan siapa yang dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya waktu kadaluarsa, dan informasi lainnya.

2.5 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ani Aprilia ni (2015)	Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan locus of control terhadap perilaku kewirausahawan.	SPSS	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menyatakan pengetahuan kewirausahaan dan locus of control berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kewirausahaan
2.	Yati Suharti ni 2014	Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan dan Kemampuan Karyawan terhadap Kinerja Karyawan	SPSS	-Hasil Uji Validitas, menggunakan koefisien korelasi Product Momen Pearson dengan alatbantu SPSS 20. kuesioner yang terdiri dari 30 butir dapat dikatakan valid karena nilai r

				<p>yang dimiliki tiap butirnya lebih besar dari 0,05.</p> <p>-Uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha dengan alat bantu SPSS 20. Dari keempat nilai r alpha yang dihasilkan bernilai positif dan lebih besar dari 0,05, maka kuesioner yang terdiri dari 30 butir dapat dikatakan reliable.</p>
3.	Fahrudin dan S. Martono (2016)	Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, konsep diri dan Karakteristik Pribadi terhadap Kinerja Staf pada SMKN se-Pekalongan”	Variabel bebas	Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh baik secara simultan dan parsial antara pengetahuan, keteampilan, konsep diri dan karakteristik pribadi terhadap kinerja staf SMKN Se-kota Pekalongan.
4.	Angkasa (2011)	Strategi dan Kelayakan Pengembangan Lembaga Intermediasi untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia	Metode deskriptif, dengan matriks IFE, EFE, matriks Internal External (IE), Strengths,	Diperoleh urutan strategi utama yang paling menarik untuk diterapkan di BIT adalah : (1) Meningkatkan pemanfaatan dan penggunaan sumberdaya yang ada untuk meningkatkan jumlah dan daya saing UKM binaan; (2) Menjaga dan meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan teknologi dengan memanfaatkan teknologi hasil

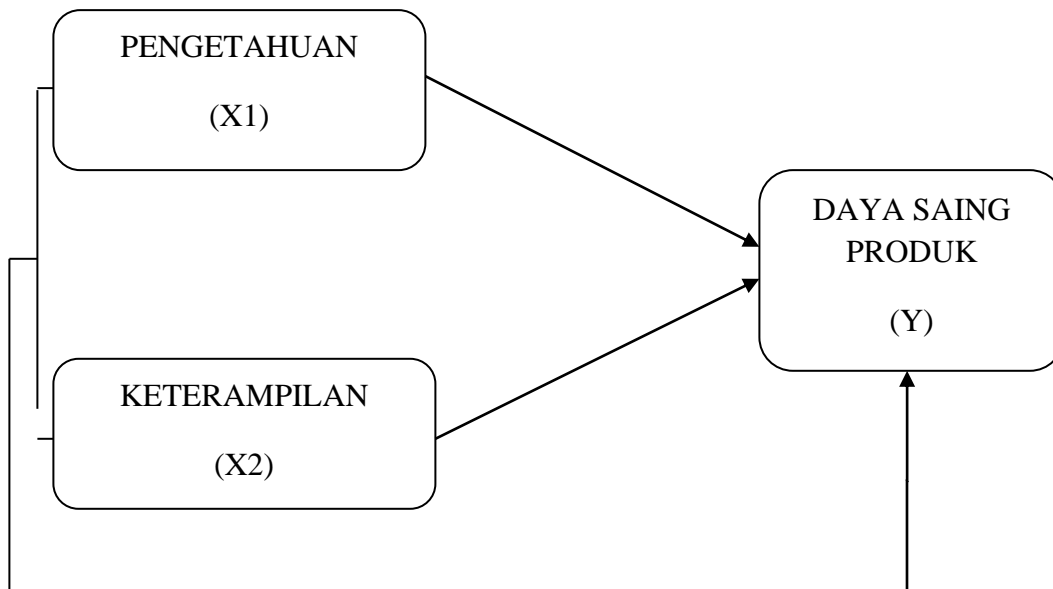
			Weakness es, Opportunities and Threats (SWOT) dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	lembaga litbang; (3) Menjaga dan meningkatkan kualitas dan kuantitas layanan akses pasar untuk memanfaatkan potensi pasar (dalam dan luar negeri) bagi produk-produk UKM binaan.
5.	Kusumawija dan Astuti (2012)	Perspektif MSDM dalam pengembangan UKM berbasis Knowledge Management		Knowledge management dan MSDM adalah kunci penting untuk meningkatkan daya saing UKM yang diciptakan dari knowledge SDM menjadi organization knowledge, sehingga dapat menjadi asset UKM.
6.	Trihandayani, Suyantoro, Tahun 2016.	Hubungan EQ, Pengetahuan kewirausahaan dan hasrat marginal menabung dengan motivasi berwirausaha mahasiswa	Variabel EQ dan hasrat marginal menabung. Waktu dan tempat penelitian.	Secara parsial terdapat hubungan yang signifikan antara setiap variabelnya. kecerdasan emosional, pengetahuan kewirausahaan dan hasrat marginal menabung secara bersamaan atau secara simultan memiliki hubungan terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa

		pendidikan ekonomi. (Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS Vol 3, No 1, pp. 95- 104, Maret 2016)		secara signifikan
7.	Eka Aprilia nty,Tah un 2012	The Effect of Entrepreneur Personality, Entrepreneur Knowledge and Environment on Entrepreneurial Interest of Vocational High School Student. (Jurnal Pendidikan Vokasi, Vol 2, No 3, pp. 311-324, November 2012)	Variabel bebas	Hasil ini menjelaskan bahwa kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan baik secara parsial maupun secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

2.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah didefinisikan sebagai masalah penting. (Sugiyono, 2017:60).

Berdasarkan Latar Belakang masalah dan rumusan masalah maka kerangka berfikir dapat dilihat pada gambar berikut:



Kerangka pikir penelitian ini menjelaskan pengaruh variabel Independen terhadap Variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini mengenai pengaruh pengetahuan dan keterampilan bisnis terhadap daya saing produk. Penentuan apakah pengetahuan bisnis dan keterampilan seorang pelaku bisnis akan berpengaruh terhadap daya saing produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yang ada terkhusus di kota Makassar. Pengetahuan bisnis dan keterampilan seseorang harus diperhatikan pada suatu produk yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan keinginan mereka agar membuat pelanggan merasa puas dan loyal terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku umkm sehingga menciptakan keuntungan dan kesejahteraan bagi wirausahawan.

Terdapat beberapa variabel yang ingin diteliti oleh peneliti karena diindikasikan mempengaruhi daya saing produk. Diantaranya: pengetahuan dan keterampilan bisnis yang dalam hal ini menjadi variabel independen dan daya saing produk yang akan menjadi variabel yang dipengaruhi atau dependen.

2.7 Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pikir maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengetahuan dan keterampilan bisnis berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap peningkatan daya saing produk kuliner usaha kecil menengah yang ada di kota makassar.
2. Pengetahuan dan keterampilan bisnis berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap peningkatan daya saing produk kuliner usaha kecil menengah yang ada di kota makassar.
3. Variabel pengetahuan merupakan variabel yang paling dominan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Tempat Penelitian

Dalam penyusunan proposal ini diperlukan data yang relevan dengan objek yang efektif. Dengan demikian semua data untuk penelitian akan diambil dari Pembinaan PLUT KUMKM Sulawesi Selatan Jl. Metro Tj. Bunga, Penambungan, Mariso, Kota Makassar. Sedangkan waktu penelitian hingga perampungannya diperkirakan selama kurang lebih satu bulan.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) “Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, Karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”.

1. Field Research (penelitian lapangan) Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan menggunakan data kuisisioner. Data ini dikumpulkan dengan cara penyebaran kuisisioner secara langsung koresponden yang akan menjadi sampel penelitian dan pengumpulan data wawancara ,Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan informasi secara lengkap, yaitu dengan melakukan Tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan.
2. Metode Pustaka (Library) Dalam hal ini penulis juga melakukan studi pustaka dengan cara mempelajari buku-buku yang ada diperpustakaan dan membaca dari berbagai sumber seperti internet yang berisi teori

sebagai referensi yang berhubungan dengan tema atau penyusunan Laporan tugas akhir.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yang meliputi :

A. Kuantitatif

Menurut Sugiyono, (2014 :224) bahwa data kuantitatif adalah data yang bersifat *numerik* (Angka) yang dapat dianalisis dengan menggunakan statistik

B. Kualitatif

Menurut Sugiyono, (2014 :224) data kualitatif adalah data yang tidak menggunakan angka (*Numeric*) dan penelitian datanya pun lebih bersifat seni (Kurang terpolah) dan data yang dihasilkan dari penelitian ini pun lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

3.3.2 Sumber Data

1. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data dengan observasi langsung (Sugiyono, 2014 : 224). data yang akan dikumpulkan dengan menggunakan media angket (kuesioner) dan wawancara (interview).
2. Data Sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, peneliti dapat mencari sumber data melalui sumber data lain yang berkaitan dengan data yang ingin dicari. (Sugiyono,2014 : 224) (Kuncoro, 2013:148).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Hartono (2011: 46), populasi dengan karakteristik tertentu ada yang jumlahnya terhingga dan ada yang tidak terhingga. Penelitian hanya dapat dilakukan pada populasi yang jumlahnya terhingga saja. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM Kuliner Kota Makassar sebanyak 85 orang.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2010:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga generalisasi kepada populasi yang diteliti. Teknik penentuan sampel dengan menggunakan rumus slovin. Adapun rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)} \quad n = \frac{65}{1+(65 \times 0,05)} \\ = 50 \text{ Orang}$$

Dimana:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

E = Error level (tingkat kesalahan), umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1. Dan peneliti menggunakan 5% atau 0,05

3.5 Metode Analisis

Menurut Sugiyono (2017: 243) dalam penelitian kuantitatif, metode analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Jadi uji validitas merupakan jenis pengujian statistic dengan meneliti valid tidaknya sebuah data penelitian. Adapun cara mengukur data yang diteliti valid atau tidak yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel yang telah ditetapkan berdasarkan jumlah sampel dan jumlah variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 268) reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan kuantitatif, suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Uji reliabilitas diukur

dengan membandingkan nilai alpha cronbach dengan nilai batas yaitu 0,6. Apabila nilai alpha cronbach lebih besar dari pada nilai batas maka data dinyatakan reliable atau dapat diterima.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Adapun rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Peningkatan Daya Saing Produk Kuliner

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Keterampilan Bisnis

b₀ = Konstanta

b₁, b₂, = Koefisien Regresi

e = *Error Standart*

4. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam persamaan regresi berganda secara parsial. Uji t juga dilakukan untuk menguji kebenaran koefisien regresi dan melihat apakah koefisien regresi yang diperoleh signifikan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% atau signifikansi (α) sebesar 5%. Adapun rumus hipotesa statistiknya (Umar, 2014: 73). Adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

t = Observasi

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya observasi

5. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghazali (2012: 98) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variable independen atau variable bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependen atau variable terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria sebagai berikut:

1. Menentukan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 5\%$ atau 0,05
2. Menghitung Uji F (*F-Test*)

$$F \text{ Hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi gabungan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

6. Koefisien determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2011: 97) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi

variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang mengecil berarti kemampuan variabel-variabelin dependen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap Y, yaitu dengan cara :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana:

R= Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel yang diteliti

X = Variabel independen

Y = Variabel terikat

3.6 Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel merupakan indicator yang digunakan dalam penyusunan penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variable yang diteliti, yang terdiri dari dua variable bebas dan satu variable terikat. Variable bebas yang pertama yaitu (X1) pengetahuan yang kedua (X2) Keterampilan Bisnis dan adapun variable terikat (y) peningkatan daya saing ukm produk kuliner.

Adapun definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut

Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Pengetahuan Bisnis (X1)	Pengetahuan bisnis yaitu menjalankan suatu usaha dan memberi inovasi-inovasi yang terbaru dalam dunia bisnis yang sudah berkembang saat ini .karena pengetahuan bisnis sangat penting untuk para pesaing yang semakin banyak dan semakin kreatif dalam menjalankan bisnis mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Usaha yang akan dijalankan. 2. Peran dan tanggung jawab 3. Kepribadian dan kemampuan diri 4. Manajemen dan organisasi bisnis 5. Mengelola SDM 	Skala Likert 5, 4, 3, 2, 1
Keterampilan Bisnis (X2)	Keterampilan Bisnis yaitu memiliki kemampuan untuk menjadi pemimpin dalam suatu bisnis, untuk mengembangkan bisnis dalam manajemen keuangan, memasarkan dan menjual produk, kemampuan komunikasi dan negosiasi, memiliki jaringan bisnis yang luas dan mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pesaing bisnis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko. 2. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah. 3. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola. 4. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi. 5. Keterampilan teknik usaha yang akan dilakukan 	Skala Likert 5, 4, 3, 2, 1
Peningkatan Daya Saing Produk Kuliner (Y)	Daya saing produk yaitu kemampuan produk tersebut tidak saja mampu merealisasikan sasaran strategis produksi dan marketing dipasaran. untuk meningkatkan nilai lebih suatu produk lewat perluasan pangsa pasar dan meningkatnya harga produk akan berdampak positif posisi profit margin produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan Kualitas Produk 2. Pangsa dan Jangkauan Pasar 3. Pertumbuhan volume produksi dan pemasaran 4. Kualitas Produk 5. Targeting Pasar 	Skala Likert 5,4, 3, 2, 1

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Responden

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sampel 50 orang responden dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, baik yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	32	64%
Laki-laki	18	36%
Total	50	100%

Sumber : Lampiran SPSS, 2019

Dari tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini sebagian besar adalah berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 32 orang (64%) dan sisanya sebesar 18 orang (36%) berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dikarenakan aktivitas responden pada saat pembagian kuesioner lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Sampel 50 orang responden dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presntase
19 – 26 Tahun	38	76%
27 – 34 Tahun	3	6%
35 – 42 Tahun	1	2%
>43 thn	8	16%
Total	100	100%

Sumber: Lampiran SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengelompokan usia responden yang sebagaimana terlihat pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kelompok usia responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah usia 19-26 tahun yakni sebanyak 38 orang atau 76%. Dilihat dari segi umur menggambarkan bahwa rata-rata umur responden pada UKM adalah usia produktif, dimana setiap pelaku UKM memiliki Pengetahuan, Keterampilan Bisnis dan daya saing poduk.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sampel 50 responden dalam penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan terakhir	jumlah	frekuensi
SMP	1	2%
SMA	35	70%
S1	12	24%
S2	2	4%
TOTAL	50	100%

Sumber: Lampiran SPSS, 2019.

Berdasarkan data pendidikan terakhir diatas, maka didominasi oleh responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA yakni 35 orang atau 70%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar menunjukkan bahwa jenjang pendidikan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah perguruan tinggi, sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan pelaku usaha kecil menengah rata-rata berpendidikan sekolah menengah atas, hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan terakhir merupakan pengaruh bagi peningkatan pelaku kinerja pelaku usaha kecil menengah (UKM).

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sampel 50 orang responden dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan sumber informasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar	10	20%
Wiraswasta	11	22%
Wirausaha	29	58%
Total	50	100%

Sumber :Lampiran SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengelompokan pekerjaan responden yang sebagaimana terlihat pada tabel diatas, maka didominasi oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai wirausaha yakni sebanyak 29 orang atau 58%, diikuti oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar yakni sebanyak 5 orang atau 5%.

4.2 Variabel Penelitian

Analisis hasil deskriptif digunakan sebagai ringkasan data untuk mengetahui jawaban dari responden terhadap masing-masing pernyataan yang berada dalam instrumen penelitian.

4.2.1 Deskriptif Pengetahuan Bisnis (X1)

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pengetahuan Bisnis

Item	Pernyataan X1	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%			F	%
1	Saya memiliki pengetahuan dalam organisasi bisnis	28	56%	22	44%	0	0%	0	0%	0	0%

2	Saya memiliki pengetahuan bisnis manajemen alam mengelola usaha	27	54%	23	46%	0	0%	0	0%	0	0%
3	Sayayakin mampu mengelola SDM yang baik	30	60%	20	40%	0	0%	0	0%	0	0%
4	Saya akan menjadi pribadi yang konsisten dan berkomitmen dalam menjalankan suatu usaha	29	58%	21	42%	0	0%	0	0%	0	0%
5	Saya juga memahami strategi bisnis terhadap usaha yang akan dijalani	27	54%	23	46%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: lampiran SPSS, 2019.

Berdasarkan tabel 4.6 hasil penelitian responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel Pengetahuan Bisnis (X1) yang diukur berdasarkan lima (5) indikator dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Indikator Pengetahuan Bisnis tentang usaha yang akan di rintis, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk opsi jawaban sangat setuju (SS) sebesar 28 jawaban dengan persentase 56%, yang menjawab setuju (S) sebesar 22 jawaban dengan persentase 44%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan presentase (0%), jawaban tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 dengan persentase 0% jawaban atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai sangat setuju (SS) bahwa mereka merasa bahwa pengetahuan dalam berbisnis itu sangat di butuhkan

2. Indikator Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnissaat itu, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk opsi jawaban sangat setuju (SS) sebesar 27 jawaban dengan persentase 54%, yang menjawab setuju (S) sebesar 23 jawaban dengan persentase 46%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan presentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan mayoritas responden menilai sangat setuju (SS) bahwa memiliki pengetahuan bisnis manajemen dalam mengelola usaha.
3. Indikator tentang peran dan tanggung jawab, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 30 jawaban dengan persentase 60%, yang menjawab setuju (S) sebesar 20 jawaban dengan persentase 40%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan presentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (S) bahwa dalam kegiatan usaha harus mampu mengelola sumber daya manusia (SDM) dengan baik.
4. Indikator tentang kepribadian dan kemampuan diri, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS)

sebesar 29 jawaban dengan persentase 58%, yang menjawab setuju (S) sebesar 21 jawaban dengan persentase 42%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (SS) bahwa pentingnya konsisten dan berkomitmen dalam menjalankan suatu usaha.

5. Indikator strategi bisnis , berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 27 jawaban dengan persentase 54%, yang menjawab setuju (S) sebesar 23 jawaban dengan persentase 46%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju (SS).

4.2.2 Deskripsi Variabel Sikap (X2)

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keterampilan Bisnis

Item	Pernyataan X1	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%			F	%	F	%
1	Dalam keterampilan bisnis, harus menyusun konseptual,	17	34%	30	60%	3	6%	0	0%	0	0%

	pengaturan strategi dan memperhitungkan resiko										
2	Mempunyai keterampilan bisnis itu yang akan dilakukan dan dipraktikan teknik-teknis tertentu dalam mengelola usaha	8	16%	33	66%	9	18%	0	0%	0	0%
3	Keterampilan bisnis komunikasi dan berinteraksi dengan orang banyak bisa mempermudah kelancaran suatu usaha	29	58%	21	43%	0	0%	0	0%	0	0%
4	Sayamampu mengkoordinir kegiatan usaha dengan cara keterampilan bisnis sendiri	28	56%	19	38%	3	6%	0	0%	0	0%
5.	Mempunyai keterampilan bisnis harus bisa merumuskan suatu masalah dan memecahkan masalah pada usaha	28	56%	22	44%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: Lampiran SPSS, 2019.

Berdasarkan tabel 4.7 hasil penilaian responden terhadap pernyataan pernyataan variabel sikap (X2) diatas yang diukur berdasarkan lima (5) indikator dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Indikator konseptual, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 17 jawaban dengan persentase 34%, yang menjawab setuju (S) sebesar 30 jawaban dengan persentase 60%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (S) bahwa benar dalam keterampilan bisnis harus menyusun konseptual dan strategi bisnis terlebih dahulu.
2. Indikator Keterampilan teknik usaha, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 8 jawaban dengan persentase 16%, yang menjawab setuju (S) sebesar 33 jawaban dengan persentase 66%, jawaban Netral (N) sebesar 9 dengan persentase (18%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (S) bahwa dalam menjalankan usaha lebih memperhatikan teknik-teknik dalam mengelola suatu usaha.
3. Indikator berkomunikasi, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 29

jawaban dengan persentase 58%, yang menjawab setuju (S) sebesar 21 jawaban dengan persentase 43%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju (SS) bahwadengan adanya komunikasi akan mempermudah suatu usaha.

4. Indikator memimpin dan mengelola, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 28 jawaban dengan persentase 56%, yang menjawab setuju (S) sebesar 19 jawaban dengan persentase 38%, jawaban Netral (N) sebesar 3 dengan persentase (6%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (SS) bahwa dalam usaha harus mampu mengkoordinir kegiatan usaha dengan keterampilan bisnis yang dimiliki.
5. Indikator merumuskan suatu masalah, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 28 jawaban dengan persentase 56%, yang menjawab setuju (S) sebesar 22 jawaban dengan persentase 44%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0

jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (SS) bahwa dalam menjalankan usaha harus merumuskan masalah dan memecahkan suatu masalah yang ada.

4.2.3 Deskripsi Variabel Daya Saing Produk (Y)

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel Daya Saing Produk (Y)

Item	Pernyataan X1	SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya mempunyai Produk-produk UKM yang tawarkan kepelanggan berkualitas	17	34%	30	60%	3	6%	0	0%	0	0%
2	Setiap UKM saya harus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk untuk memuaskan konsumen dan meraih loyalitas	27	54%	23	46%	0	0%	0	0%	0	0%
3	Dalam UKM saya memasarkan suatu produk harus menerapkan Standar Operasional prosedur yang memadai	30	60%	20	40%	0	0%	0	0%	0	0%
4	Kualitas produk saya yang merupakan senjata strategi yang potensial untuk mengalahkan pesaingnya	28	56%	21	42%	1	2%	0	0%	0	0%
5	Produk-produk UKM saya ini mempunyai daya tarik tersendiri dalam untuk mencapai target pasar	17	34%	30	60%	3	6%	0	0%	0	0%

Sumber : Data Primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 hasil penilaian responden terhadap pernyataan-pernyataan variabel keputusan memilih (Y) diatas yang diukur berdasarkan lima (5) indikator dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Indikator produk yang ditawarkan kepelanggan, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 17 jawaban dengan persentase 34%, yang menjawab setuju (S) sebesar 30 jawaban dengan persentase 60%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (S) bahwa produk yang ditawarkan kepelanggan yang berkualitas.
2. Indikator Meningkatkan kualitas produk, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 27 jawaban dengan persentase 54%, yang menjawab setuju (S) sebesar 23 jawaban dengan persentase 46%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju (SS)

bahwa untuk meningkatkan kualitas produk untuk memuaskan konsumen dan meraih loyalitas.

3. Indikator Pangsa dan jangkauan pasar, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 30 jawaban dengan persentase 60%, yang menjawab setuju (S) sebesar 20 jawaban dengan persentase 40%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan persentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai sangat setuju (S) bahwa dalam memasarkan suatu produk harus menetapkan standar operasional.
4. Indikator Meningkatkan kualitas produk, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 26 jawaban dengan persentase 56%, yang menjawab setuju (S) sebesar 21 jawaban dengan persentase 42%, jawaban Netral (N) sebesar 1 dengan persentase (2%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (S) bahwa kualitas produk senjata yang potensial bagi pesaingnya.
5. Indikator Daya tarik produk, berdasarkan hasil jawaban responden diketahui frekuensi untuk jawaban sangat setuju (SS) sebesar 17

jawabandengan persentase 34%, yang menjawab setuju (S) sebesar 30 jawaban dengan persentase 60%, jawaban Netral (N) sebesar 0 dengan presentase (0%), yang menjawab tidak setuju (TS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0%, serta jawaban sangat tidak setuju (STS) sebesar 0 jawaban dengan persentase 0% atau tidak ada jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai setuju (S) bahwa mereka mempunyai produk yang mempunyai daya tarik sendiri.

4.3 Uji Keterandalan Kuesioner

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika dipertanyakan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2014) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dimana r tabel = 0,2816. Hasil pengujian diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r table	Keterangan
Pengetahuan Bisnis (X1)	Item 1	0,776	0,2816	Valid
	Item 2	0,791	0,2816	Valid

	Item 3	0,772	0,2816	Valid
	Item 4	0,696	0,2816	Valid
	Item 5	0,637	0,2816	Valid
Keterampilan Bisnis (X2)	Item 1	0,598	0,2816	Valid
	Item 2	0,534	0,2816	Valid
	Item 3	0,789	0,2816	Valid
	Item 4	0,615	0,2816	Valid
	Item 5	0,760	0,2816	Valid
Daya Saing Produk (Y)	Item 1	0,690	0,2816	Valid
	Item 2	0,614	0,2816	Valid
	Item 3	0,754	0,2816	Valid
	Item 4	0,391	0,2816	Valid
	Item 5	0,690	0,2816	Valid

Sumber : Data diolah, 2019

4.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki nama lain seperti kepercayaan, kehandalan, dan kestabilan. Tujuan pengujian reabilitas adalah untuk apakah instrument penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Uji reliabilitas ini akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Uji ini dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pernyataan yang sudah valid. Spss memberikan fasilitas untuk mengukur reabilitas dengan uji Cronbach Alpha (α) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cornbach Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpa	Nilai Batas	Keterangan
PengetahuanBisnis (X1)	0,786	0,6	Diterima/Reliable
Keterampilan Bisnis (X2)	0,658	0,6	Diterima/Reliable
Daya Saing Produk (Y)	0,658	0,6	Diterima/Reliable

Sumber : Data primer diolah, 2019.

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa Cronbach's Alpha masing-masing variabel yaitu variabel Pengetahuan Bisnis 0,786, variabel Keterampilan Bisnis sebesar 0,658, dan variabel keputusan memilih 0,658 lebih besar dari nilai batas yaitu 0,6. Maka dapat dinyatakan semua item variabel dinyatakan reliable dan dapat dijadikan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan.

4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah varaibel independen memiliki hubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apakah nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapaun hasil pengolahan data dengan menggunakan IBM SPSS V20 yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t Hitung	Signifikan	Keterangan
Pengetahuan	0,445	4.842	0,000	Signifikan
Keterampilan Bisnis	0,411	4.403	0,000	Signifikan
Konstanta	3,076	1,460	0,151	Signifikan
F Hitung	41.566			
Sig F	0,000			
R	0,779			
R Square	0,639			

Sumber: Hasil olah data IBM SPSS V20, 2019

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) adalah 3,076, sedangkan nilai koefisien variabel Pengetahuan adalah 0,445 dan nilai koefisien variabel Keterampilan Bisnis adalah 0,411. Sehingga persamaan garis regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,076 + 0,445 X_1 + 0,411 X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi dapat dijelaskan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Nilai koefisien X_1 sebesar 0,445 yang berarti apabila nilai variabel Pengetahuan Bisnis meningkat 1 poin maka Peningkatan Daya Saing Produk akan naik sebesar 0,445 satuan dengan asumsi X_2 tetap.

2. Nilai koefisien X2 sebesar 0,411 yang berarti apabila variabel Keterampilan Bisnis meningkat 1 poin Peningkatan Daya Saing Produk akan naik sebesar 0,411 satuan dengan asumsi X1 tetap.
3. Nilai konstanta sebesar 3,076 yang berarti bahwa apabila nilai variabel Pengetahuan dan Keterampilan Bisnis terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar sebesar 1,415.

Hal ini juga dapat dilihat dari nilai korelasi regresi R yang bernilai positif antara Pengetahuan Bisnis dan Keterampilan Bisnis terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar sebesar 0,779.

4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan IBM SPSS V20.

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.799 ^a	.639	.623	1.034	.639	41.566	2	47	.000

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: Hasil olah data IBM SPSS V20, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diatas nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,639 hal ini menunjukkan bahwa 63,9% Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar dipengaruhi oleh variabel Pengetahuan Bisnis dan Keterampilan Bisnis. Sedangkan sisanya 36,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.3.5 Uji Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara bersendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Menurut Imam Ghazali (2011) apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan serta tingkat signifikannya ($p\text{-value}$) $< 5\%$, maka hal ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun hasil dari pengujian parsial dengan menggunakan IBM SPSS V20 sebagai berikut:

Tabel 4.13

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	3.076	2.107		1.460	.151	-1.163	7.314
x1	.445	.092	.486	4.842	.000	.260	.630
x2	.411	.093	.442	4.403	.000	.223	.599

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil olah data IBM SPSS V20, 2019

Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh PengetahuanBisnis terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Kota Makassar.

Berdasarkan perhitungan secara parsial diperoleh nilai koefisien harga (b1) bertanda positif yaitu sebesar0,445, t hitung sebesar 4,842 yang nilainya di atas t tabel sebesar 1,67591 ($4,842 > 1,67591$) dan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Bisnis (X1) terhadap Peningkatan Daya saing Produk UKM Kuliner kota Makassar juga akan mengalami peningkatan.

2. Pengaruh Keterampilan Bisnis terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Kota Makassar.

Berdasarkan perhitungan secara parsial diperoleh nilai koefisien harga (b1) bertanda positif yaitu sebesar 0,411, t hitung sebesar 4,403 yang nilainya diatas t tabel sebesar 1,67591 ($4,403 > 1,67591$), dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian H0 ditolak dan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keterampilan Bisnis (X2) terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar juga akan mengalami peningkatan.

4.3.6 Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara bersama-sama variabel independen, yaitu menentukan pengaruh dan tingkat signifikan digunakan $\alpha = 0,05$ atau 5% melalui SPSS

Tabel 4.14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	88.874	2	44.437	41.566	.000 ^b
Residual	50.246	47	1.069		
Total	139.120	49			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber : Hasil olah data IBM SPSS V20, 2019

Berdasarkan tabel 4.14 perhitungan secara simultan diperoleh F hitung sebesar 41.566 dan probabilitas F 0,000. Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima karena probabilitas F 0,000 kurang dari tingkat signifikan 5% (0,05) dan F hitung 41.566 lebih besar dari F tabel 2.41. Artinya secara bersama-sama variabel Pengetahuan dan variabel Keterampilan Bisnis sikap berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar.

4.3.7. Variabel Dominan

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat dilihat dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel yang satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar.

Untuk membandingkan koefisien regresi masing-masing variabel independen, disajikan tabel peringkat sebagai berikut :

Tabel 4.15 Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Beta
Pengetahuan	0.486
Keterampilan Bisnis	0.442

Sumber : Data primer diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.15 terlihat bahwa variabel Pengetahuan (X_1) adalah variabel yang memiliki koefisien beta yang paling besar. Artinya, variabel lebih banyak di pengaruhi oleh pengetahuan (X_1) dibandingkan dengan variabel lain. Koefisien yang dimiliki oleh pengetahuan (X_1) bertanda positif, hal ini yang berarti bahwa semakin baik pengetahuan yang diterapkan atau diberikan maka semakin meningkatkan Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Kota Makassar.

4.4 Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Bisnis dan Keterampilan bisnis secara parsial terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Kota Makassar.

Berdasarkan perhitungan secara parsial diperoleh nilai koefisien pengetahuan bisnis (b_1) bertanda positif yaitu sebesar 0,445, t hitung sebesar 4,842 yang nilainya di atas t tabel sebesar 1,67591 ($4,842 > 1,67591$) dan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Bisnis (X_1) terhadap Peningkatan Daya saing Produk UKM Kuliner kota Makassar juga akan mengalami peningkatan.

Dan untuk Berdasarkan perhitungan secara parsial diperoleh nilai koefisien keterampilan bisnis (b_1) bertanda positif yaitu sebesar 0,411, t hitung sebesar 4,403 yang nilainya di atas t tabel sebesar 1,67591 ($4,403 > 1,67591$), dengan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keterampilan Bisnis (X_2) terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar juga akan mengalami peningkatan.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ani Apriliani (2015) dengan judul “Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan locus of control terhadap perilaku kewirausahawan” dan hasil penelitiannya menunjukkan dalam penelitiannya menyatakan pengetahuan kewirausahaan dan locus of control

berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku kewirausahaan. Dan semakin diperkuat pula dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Fahrudin dan S. Martono (2016) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, konsep diri dan Karakteristik Pribadi terhadap Kinerja Staf pada SMKN se- Pekalongan” yang menunjukkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh baik secara simultan dan parsial antara pengetahuan, keterampilan, konsep mandiri dan karakteristik pribadi terhadap kinerja staf SMKN Se-kota Pekalongan.

Dan sejalan juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fahrudin dan S. Martono (2016) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan, konsep diri dan Karakteristik Pribadi terhadap Kinerja Staf pada SMKN se- Pekalongan” yang menunjukkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh baik secara simultan dan parsial antara pengetahuan, keterampilan, konsep mandiri dan karakteristik pribadi terhadap kinerja staf SMKN Se-kota Pekalongan. Dan semakin diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yati Suhartini (2014) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Keterampilan dan Kemampuan Karyawan terhadap Kinerja Karyawan” dengan hasil penelitian pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawan terhadap kinerja karyawan berpengaruh secara parsial dan simultan.

Dan sesuai dengan pengertian dari pengetahuan itu sendiri Pengetahuan memiliki peran yang sangat penting dalam aspek kehidupan manusia. Pengetahuan yaitu manusia mengembangkan keterampilan yang berguna bagi kehidupannya. Karena demikian hal dengan pengetahuan kewirausahaan yang

merupakan factor yang penting dalam kegiatan kewirausahaan karena pengetahuan wirausaha merupakan dasar untuk menjadikan seorang menjadi wirausaha. Dengan adanya pengetahuan wirausaha seseorang dapat dengan mudah mengetahui hal-hal apa saja yang harus dilakukan jika untuk terjun langsung sebagai wirausaha. Karena pengetahuan kewirausahaan merupakan yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (Agustini, 2017:24).

Kewirausahaan adalah kemampuan diri untuk mengelola sesuatu yang sudah ada dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan sehingga akan berguna dimasa depan (Hendro, 2011:30).

Berdasarkan penguraian diatas bahwa pengetahuan bisnis adalah seseorang yang telah mengetahui suatu proses pembelajaran bisnis untuk melakukan suatu kegiatan usaha untuk menciptakan produk dan menghasilkan laba.

Sesuai dengan pernyataan bahwa keberhasilan kewirausaha akan berhasil dengan memiliki keterampilan dalam perencanaan dan penganggaran untuk strategi pemasaran yang menyediakan berbagai produk menarik, bertindak cepat mendeteksi perubahan lingkungan, menilai masalah penjualan sebagai cara mempertahankan hubungan dengan pelanggan, fokus pada kualitas produk sehingga dapat meraih pangsa pasar dan menarik serta mempertahankan karyawan yang kompeten.

2. Pengaruh Pengetahuan Bisnis dan keterampilan secara simultan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Kota Makassar.

Perhitungan secara simultan diperoleh F hitung sebesar 41.566 dan probabilitas F 0,000. Dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima karena probabilitas F 0,000 kurang dari tingkat signifikan 5% (0,05) dan F hitung 41.566 lebih besar dari F tabel 2.41. Artinya secara bersama-sama variabel Pengetahuan Bisnis dan variabel Keterampilan Bisnis sikap berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar.

Yang artinya pengetahuan bisnis dan keterampilan bisnis secara bersama-sama memiliki kemampuan untuk mempengaruhi peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar. Semakin baik pengetahuan dan keterampilan suatu pengusaha akan meningkatkan daya saing terhadap pengusaha lainnya. Maka di butuhkan keterampilan khusus untuk dapat menjadi pengusaha yang dapat bersaing di zaman seperti ini.

3. Variabel yang dominan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Kota Makassar.

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat dilihat dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel yang satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan

pengaruhnya terhadap variabel Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar.

Variabel Pengetahuan Bisnis (X_1) adalah variabel yang memiliki koefisien beta yang paling besar. Artinya, variabel lebih banyak di pengaruhi oleh pengetahuan Bisnis (X_1) dibandingkan dengan variabel lain. Koefisien yang dimiliki oleh pengetahuan bisnis (X_1) bertanda positif, hal ini yang berarti bahwa semakin baik pengetahuan yang diterapkan atau diberikan maka semakin meningkatkan Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Kota Makassar.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengetahuan Bisnis dan Keterampilan Bisnis berpengaruh secara Parsial terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar. Artinya semakin baik pengetahuan dan keterampilan bisnis pengusaha akan semakin baik pula pengaruhnya terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar.
2. Pengetahuan Bisnis dan Keterampilan Bisnis berpengaruh secara Simultan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar. Artinya pengetahuan dan keterampilan bisnis berpengaruh secara bersama-sama terhadap Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar.
3. Variabel Pengetahuan Bisnis merupakan variabel yang paling dominan terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner di Kota Makassar. Karena banyaknya responden yang menyatakan bahwa pengetahuan dalam bisnis sangat diperlukan.

5.2. Saran

5.2.1. Bagi pelaku bisnis (UKM)

Bagi pelaku bisnis ukm dibidang kuliner khususnya di kota Makassar sebaiknya lebih memperhatikan dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bisnis agar dapat bersaing di era pertumbuhan ekonomi dan membantu dalam menyerap tenaga kerja.

5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Kepada pihak-pihak yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut disarankan untuk menambahkan factor – factor lain Seperti bukti fisik sebagai variable independen.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat diarahkan perluasan sampel dalam mengelolah data dan mengingat penulis dalam penelitian ini menggunakan tempat dan sampel yang terbatas dan metode penelitian dapat diarahkan pada metode survey sehingga hasil penelitian dapat mencerminkan keadaan sebenarnya.

Kuisisioner Penelitian

Bersama ini saya memohon bapak/ibu untuk mengisi kuisisioner penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Bisnis Dan Keterampilan Bisnis Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk UKM Kuliner Di Kota Makassar”**. Informasi ini yang Bapak/Ibu berikan adalah bantuan yang bernilai bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S-1 Fakultas Eknomi Stie Nobel. Atas kerjasama Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Pilihlah salah satu jawaban pernyataan di bawah ini berikan tanda (\surd) pada jawaban yang dianggap paling benar.

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : Pria

wanita

3. Umur : 19 – 26 Tahun

27 – 34 Tahun

35 – 42 Tahun

>43 Tahun

4. Tingkat pendidikan : SMA S2

S1 ca Sarjana

5. Status : Kawin Tidak Kawin

II. KUESIONER PENELITIAN

Cara Pengisian Kuesioner

a. Saya memohon kepada bapak/ibu agar memberi tanda checklist (\checkmark) pada salah satu jawaban yang bapak/ibu anggap paling sesuai. Penilaian dapat di lakukan berdasarkan skala berikut ini:

Sangat Setuju (Ss)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

b. Setiap pertanyaan hanya mewakili 1(satu) jawaban saja.

c. Mohon memberi jawaban yang sebenar-benarnya. Setelah melakukan pengisian, mohon Bapak/ Ibu mengembalikan kepada mahasiswa yang bersangkutan.

A. FAKTOR PENGETAHUAN BISNIS

NO	DAFTAR PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	PENGETAHUAN BISNIS	5	4	3	2	1
1	Saya memiliki pengetahuan dalam organisasi bisnis					
2	Saya memiliki pengetahuan bisnis manajemen dalam mengelola usaha					
3	Sayayakin mampu mengelola SDM yang baik					
4	Saya akan menjadi pribadi yang konsisten dan berkomitmen dalam menjalankan suatu usaha					
5	Saya juga memahami strategi bisnis terhadap usaha yang akan dijalani					

B. KETERAMPILAN BISNIS

NO	DAFTAR PENYATAAN	SS	S	N	TS	STS
KETERAMPILAN BISNIS		5	4	3	2	1
1.	Dalam keterampilan bisnis, harus menyusun konseptual, pengaturan strategi dan memperhitungkan resiko					
2.	Mempunyai keterampilan bisnis itu yang akan dilakukan dan dipraktikan teknik-teknis tetentu dalam mengelola usaha					
3.	Keterampilan bisnis komunikasi dan berinteraksi dengan orang banyak bisa mempermudah kelancaran suatu usaha					
4.	sayamampu mengkoordinir kegiatan usaha dengan cara keterampilan bisnis sendiri					
5.	Mempunyai keterampilan bisnis harus bisa merumuskan suatu masalah dan memecahkan masalah pada usaha					

C. DAYA SAING PRODUK UKM

NO	DAFTAR PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
DAYA SAING PRODUK UKM						
1.	Saya mempunyai Produk-produk UKM yangtawarkan pelanggan berkualitas					
2.	Setiap UKM saya harus berusaha untuk meningkatkan kualitas produk untuk memuaskan konsumen dan meraih loyalitas					
3.	Dalam UKM saya memasarkan suatu produk harus menerapkan Standar Operasional prosedur yang memadai					
4.	Kualitas produk saya yang merupakan senjata strategi yang potensial untuk mengalahkan pesaingnya					
5.	Produk-produk UKM saya ini mempunyai daya tarik tersendiri dalam untuk mencapai target pasar					