Skripsi Anang Jauhari

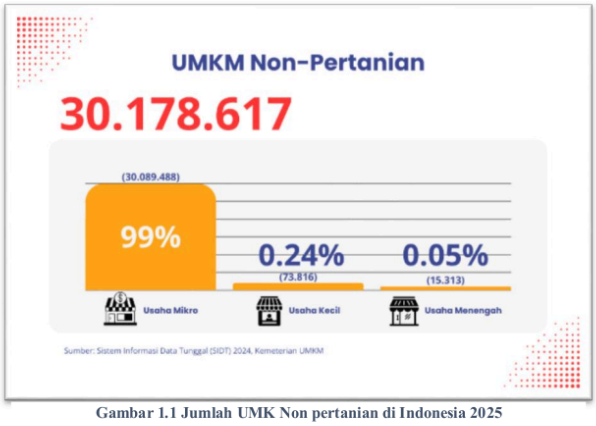
by Anang Jauhari Ma'ruf

Submission date: 24-May-2026 10:24AM (UTC+0700)
Submission ID: 2967982138
File name: BAB_1,4,5_ANANG_SKRIPSI.pdf (2.32M)
Word count: 12891
Character count: 70963

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ialah pilar fundamental bagi perekonomian nasional. Peran UMKM dalam mendukung Produk Domestik Bruto (PDB) juga mengasimilasi tenaga kerja tergolong sangat besar, dengan data dari Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mencatat kurang lebih 30,18 juta unit UMKM bergerak di bidang non pertanian dan perikanan hingga 31 Desember 2024. Dari jumlah tersebut, sekitar 6,4 juta UMKM beroperasi di sektor makanan dan minuman. Usaha Mikro dan Kecil (UMK) memiliki peranan yang krusial pada penciptaan lapangan kerja baru serta kontribusinya terhadap penurunan angka kemiskinan. Melalui kemampuannya dalam membuka beragam peluang kerja, UMKM memberikan akses kepada masyarakat untuk memperoleh sumber penghasilan yang lebih stabil, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap peningkatan kualitas hidup mereka. Berikut data dari Kementerian UMKM per Desember 2024.



Gambar 1.1 Jumlah UMK Non pertanian di Indonesia 2025

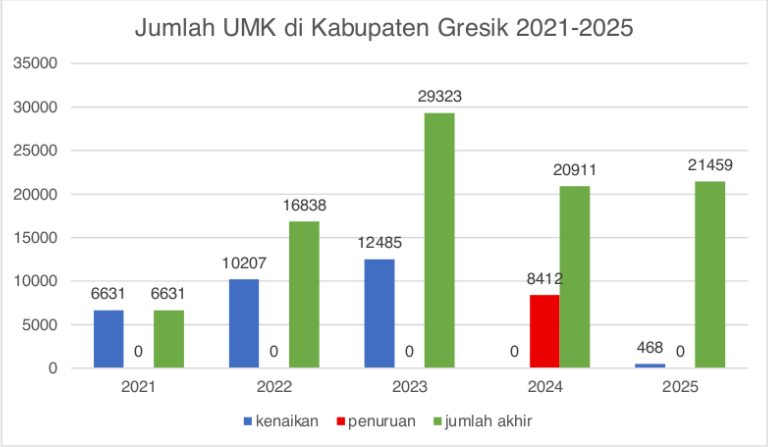
Sumber : https://kadin.id/data-dan-statistik/UMK-indonesia/ Kementerian UMKM



Gambar 1.2 Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Sektor Usaha

Sumber : https://kadin.id/data-dan-statistik/UMK-indonesia/ Kementerian UMKM

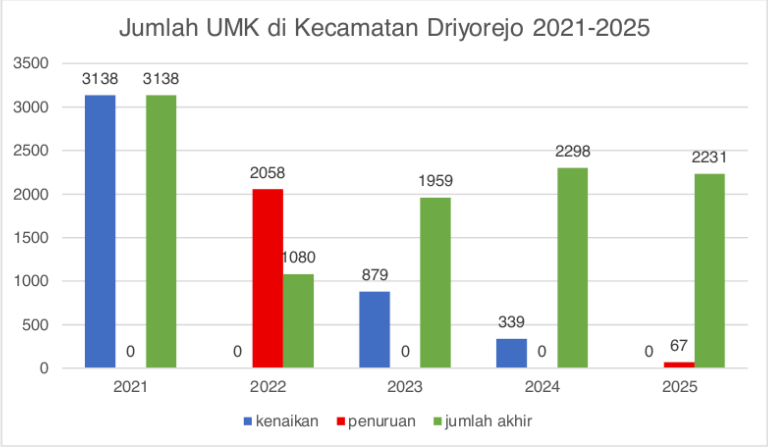
Mengingat minimnya lapangan pekerjaan yang tersedia, berwirausaha bisa menjadi alternatif yang sesuai untuk kondisi saat ini, hal tersebut menyebabkan banyak orang di masyarakat mencari alternatif untuk menciptakan peluang kerjanya sendiri. Menurut Thomas W. Zimmerer memaknai kewirausahaan selaku penggunaan kreativitas serta inovasi guna mengatasi masalah serta berusaha mendayagunakan kemungkinan yang dihadapi oleh individu tiap hari. Sedangkan Drs. Joko Untoro memaknai bahwasanya kewirausahaan ialah suatu bentuk keberanian yang dimiliki oleh individu untuk menjalankan sejumlah usaha demi memenuhi keperluan hidup, dengan memanfaatkan kemampuan serta potensi yang ada, sehingga dapat mewujudkan sesuatu yang berguna bagi diri sendiri ataupun orang lain. Di masa transformasi digital yang pesat ini, para pelaku usaha perlu beradaptasi dengan memanfaatkan Teknologi Digital agar dapat mempermudah mereka dalam menjalankan usahanya (Ninawati Ninawati et al., 2024)



Gambar 1.3 Jumlah UMK Kab. Gresik 2021-2025

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Perindustrian dan Perdagangan Kab. Gresik (2025)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik. Berdasarkan Gambar 1.3, perkembangan jumlah Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Gresik selama periode 2021-2025 menunjukkan tren pertumbuhan yang fluktuatif. Di tahun 2021, total UMK terdaftar sejumlah 6.631 unit. Memasuki tahun 2022, terjadi peningkatan yang sangat signifikan sebesar 10.207 unit (153,9%) menjadi 16.838 unit. Pertumbuhan ini berlanjut pada tahun 2023 dengan kenaikan sebesar 12.485 unit (74,2%) mencapai puncaknya sebanyak 29.323 unit. Namun demikian, pada tahun 2024 jumlah UMK mengalami penurunan drastis sebesar 8.412 unit (28,7%) menjadi 20.911 unit. Memasuki tahun 2025, sektor UMK kembali menunjukkan pemulihan dengan peningkatan sebesar 548 unit (2,6%) menjadi 21.459 unit. Dinamika pertumbuhan UMK di Kabupaten Gresik ini mencerminkan bagaimana sektor usaha mikro dan kecil mengalami pasang surut dalam perkembangannya. Fluktuasi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi dan sosial yang perlu dikaji lebih lanjut. Data ini menjadi penting untuk diteliti dalam rangka memahami pola pertumbuhan UMK serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat guna mendorong keberlanjutan usaha mikro dan kecil serta memperkuat Keunggulan Bersaing di Kabupaten Gresik.

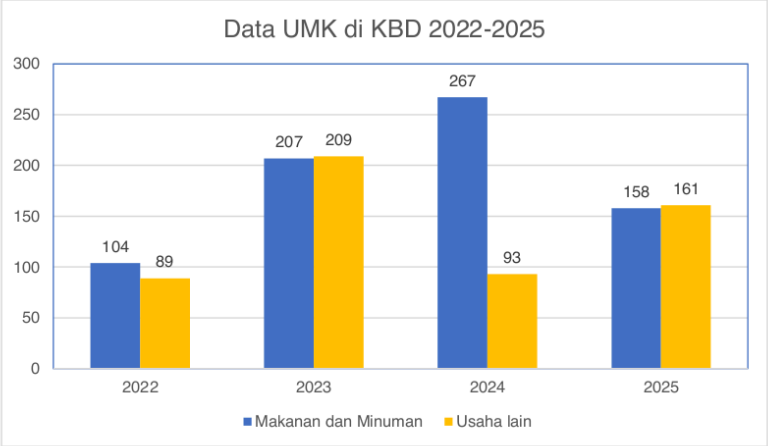


Gambar 1.4 Jumlah UMK di Kecamatan Driyorejo 2021-2025

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Perindustrian dan Perdagangan Kab. Gresik (2025)

Berdasarkan Gambar 1.4, perkembangan jumlah Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kecamatan Driyorejo selama periode 2021–2025 menunjukkan pola fluktuatif. Pada tahun 2021, jumlah UMK tercatat sebanyak 3.138 unit. Namun, pada tahun 2022 mengalami penurunan signifikan sebesar 1.050 unit atau sekitar 33,46% menjadi 2.088 unit. Penurunan kembali terjadi pada tahun 2023 dengan berkurangnya 129 unit atau 6,18% sehingga jumlah UMK mencapai titik terendah selama periode pengamatan, yaitu 1.959 unit. Tren penurunan pada tahun 2022–2023 ini diduga menjadi imbas dari pandemi COVID-19 yang masih berpengaruh pada sektor usaha mikro dan kecil, baik dari sisi daya beli masyarakat maupun ketahanan usaha dalam menghadapi krisis. Memasuki tahun 2024, sektor UMK menunjukkan pemulihan dengan peningkatan signifikan sebesar 339 unit atau 17,30% menjadi 2.298 unit. Pada tahun 2025, jumlah UMK kembali mengalami sedikit penurunan sebesar 67 unit atau 2,92% menjadi 2.231 unit. Fluktuasi ini mencerminkan dinamika pertumbuhan UMK di tingkat lokal yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk dampak pascapandemi serta upaya pemulihan ekonomi yang berlangsung secara bertahap. Penting untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang menyebabkan pola pertumbuhan tersebut serta strategi yang dapat diterapkan untuk mendorong Keunggulan Bersaing dan penguatan UMK di Kecamatan Driyorejo.

Selanjutnya, konteks penelitian dipersempit di Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang berada di Kota Baru Driyorejo (KBD), salah satu kawasan di Kecamatan Driyorejo, tepatnya di Desa Petiken, Kabupaten Gresik, Jawa Timur.



Gambar 1.5 Grafik Data UMK di Kota Baru Driyorejo (KBD) 2022-2025

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Perindustrian dan Perdagangan Kab. Gresik (2025)

Berdasarkan Gamabr 1.5, data yang bersumberkan dari Dinas Koperasi Usaha Mikro Perindustrian dan Perdagangan Kab. Gresik peneliti mengklasifikasikan UMK ke dalam dua kategori, yaitu sektor Makanan dan Minuman serta sektor Usaha lain. Sektor Usaha Lain mencakup beragam jenis usaha seperti toko baju, salon, toko bangunan, alat pertanian, toko skincare, dan berbagai usaha lainnya di luar sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan grafik tersebut, perkembangan UMK di KBD menunjukkan pola fluktuatif yang menarik. Pada tahun 2022, jumlah UMK sektor Makanan dan Minuman tercatat sebanyak 104 unit, sedangkan sektor Usaha lain berjumlah 89 unit, sehingga total UMK di KBD mencapai 193 unit. Memasuki tahun 2023, kedua sektor mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Sektor Makanan dan Minuman melonjak sebesar 103 unit (99,04%) menjadi 207 unit, sementara sektor Usaha Lain meningkat drastis sebesar 120 unit (134,83%) menjadi 209 unit. Total UMK pada tahun 2023 mencapai 416 unit, atau naik 115,54% dari tahun sebelumnya.

Pada tahun 2024, terjadi pergeseran pola pertumbuhan. Sektor Makanan dan Minuman kembali meningkat sebesar 60 unit (28,99%) menjadi 267 unit, mencapai puncak tertinggi selama periode pengamatan. Namun, sektor Usaha lain justru mengalami penurunan tajam sebesar 116 unit (55,50%) menjadi hanya 93 unit. Memasuki tahun 2025, terjadi kembali perubahan pola. Sektor Makanan dan Minuman mengalami penurunan signifikan sebesar 109 unit (40,82%) menjadi 158 unit. Sebaliknya, sektor Usaha lain bangkit kembali dengan peningkatan pesat sebesar 68 unit (73,12%) menjadi 161 unit.

Dinamika fluktuatif ini mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan Keunggulan Bersaing antar sektor usaha di kawasan KBD. Sektor Makanan dan Minuman yang sempat mendominasi pada tahun 2024 dengan capaian tertinggi 267 unit, ternyata tidak mampu mempertahankan posisinya hingga tahun 2025 dan mengalami penurunan drastis. Sebaliknya, sektor Usaha lain yang sempat terpuruk pada tahun 2024 mampu bangkit dan menunjukkan daya saing yang kuat pada tahun 2025 dengan peningkatan signifikan hingga melampaui sektor Makanan dan Minuman.

Fenomena ini mencerminkan bahwa Keunggulan Bersaing antar UMK di KBD bersifat dinamis dan tidak permanen**.** Kemampuan suatu sektor usaha untuk unggul dalam persaingan sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, inovasi produk atau layanan, serta strategi mempertahankan loyalitas konsumen. Sektor yang mampu bangkit setelah mengalami penurunan (seperti sektor Usaha lain) menunjukkan adanya daya saing yang resilien, sementara sektor yang mengalami penurunan setelah mencapai puncak (seperti sektor Makanan dan Minuman) mengindikasikan adanya kelemahan dalam mempertahankan keunggulan kompetitifnya.

Berdasarkan indikator Keunggulan Bersaing yang meliputi produk, harga, desain, dan kualitas, dapat diidentifikasi permasalahan konkret seperti dari sisi produk, minimnya inovasi dan variasi menyebabkan produk sulit dibedakan dari kompetitor. Dari sisi harga, belum optimalnya efisiensi biaya dan strategi penetapan harga membuat produk kurang kompetitif di pasar. Dari sisi desain, kemasan yang sederhana dan tanpa identitas merek menyebabkan produk sulit dikenali dan diingat konsumen. Dari sisi kualitas, ketidakkonsistenan mutu produk berpotensi menurunkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Akumulasi dari permasalahan pada keempat indikator tersebut berdampak pada lemahnya posisi daya saing UMK di KBD, yang tercermin dari stagnasi omzet dan kesulitan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang kian ketat. Menurut

(Novrianda et al., 2025) Keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan posisi yang lebih unggul dibandingkan para pesaingnya di pasar. Konsep ini juga dapat dipahami sebagai ukuran keberhasilan perusahaan yang dinilai dalam periode waktu tertentu yang telah ditetapkan.

Tabel 1. 1 Omset/Tahun UMK di KBD

Tahun	Sektor Usaha	Rata-rata Omset (Rp/Tahun)	Kisaran Omset	Jumlah Responden
2022	Makanan dan Minuman	Rp. 46.000.000	Rp. 18 Jt – Rp 72 Jt	6
2023	Makanan dan Minuman	Rp. 53.000.000	Rp. 18 Jt – Rp. 100 Jt	10
2024	Makanan dan Minuman	Rp. 43.000.000	Rp. 12 Jt – Rp. 85 Jt	14
2025	Makanan dan Minuman	Rp. 43.000.000	Rp. 12 Jt – Rp. 85 Jt	21

Sumber : Diolah oleh penulis

Berdasarkan Tabel 1.1, data yang didapatkan dari temuan survei langsung dengan responden yang menggambarkan perkembangan rata-rata omset UMK sektor Makanan dan Minuman di KBD selama periode 2022-2025. Data yang diperoleh dari responden menunjukkan pola yang fluktuatif dan berakhir pada stagnasi yang mengindikasikan adanya permasalahan dalam Keunggulan Bersaing. Dimana dapat kita lihat pada tahun 2022, dari 6 responden yang diwawancarai, rata-rata omset tercatat sebesar Rp 46 juta per tahun, dengan kisaran antara Rp 18 juta hingga Rp 72 juta. Responden dengan omset terendah (Rp 18 juta) umumnya adalah usaha yang baru merintis atau memiliki keterbatasan modal, sementara responden dengan omset tertinggi (Rp 72 juta) menunjukkan usaha yang lebih mapan dan telah memiliki pelanggan tetap. Pada periode ini, kondisi perekonomian masih dalam masa pemulihan pascapandemi COVID-19 yang sempat menekan aktivitas usaha.

Memasuki tahun 2023, jumlah responden bertambah menjadi 10. Rata-rata omset mengalami peningkatan sebesar Rp 7 juta (15,22%) menjadi Rp 53 juta per tahun, dengan kisaran yang melebar antara Rp 18 juta hingga Rp 100 juta. Peningkatan ini mencerminkan fase pemulihan ekonomi pascapandemi, di mana aktivitas usaha mulai bergairah kembali dan beberapa pelaku

usaha mampu memperluas pasar serta meningkatkan pendapatan. Namun, peningkatan ini belum sepenuhnya diikuti oleh penguatan Keunggulan Bersaing yang berkelanjutan.

Tahun 2024 menjadi titik balik yang kritis. Jumlah responden bertambah menjadi 14, namun rata-rata omset justru mengalami penurunan drastis sebesar Rp 10 juta (18,87%) menjadi Rp 43 juta per tahun. Kisaran omset juga menunjukkan penurunan kualitas, dengan batas bawah turun menjadi Rp 12 juta dan batas atas turun menjadi Rp 85 juta. Penurunan ini terjadi meskipun jumlah UMK secara keseluruhan di KBD mencapai puncaknya pada periode tersebut. Berdasarkan pengakuan beberapa responden, kompetisi yang semakin ketat menjadi penyebab utama turunnya pendapatan. Terlalu banyaknya pelaku usaha dengan produk yang relatif homogen menyebabkan pasar menjadi jenuh, yang pada akhirnya melemahkan posisi Keunggulan Bersaing masing-masing usaha.

Fenomena paling kritis terjadi pada tahun 2025. Meskipun jumlah responden meningkat signifikan menjadi 21, rata-rata omset justru stagnan di angka Rp 43 juta, tidak mengalami peningkatan sama sekali (0%) dari tahun sebelumnya. Kisaran omset pun tetap sama, yaitu Rp 12 juta hingga Rp 85 juta. Stagnasi ini terjadi di tengah berkurangnya jumlah UMK secara keseluruhan di KBD, yang seharusnya memberikan ruang bagi usaha yang bertahan untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas.

Tabel 1. 2 Ringkasan Perubahan Omset

Tahun	Rata-rata omset	Perubahan	Persentase
2022	Rp. 46.000.000	-	-
2022 – 2023	Rp. 53.000.000	(+) Rp. 7.000.000	+15,22%
2023 – 2024	Rp. 43.000.000	(-) Rp. 10.000.000	-18,87%
2024 – 2025	Rp. 43.000.000	Rp. 0	0% (stagnan)

Sumber : Diolah oleh penulis

Dalam kondisi normal, berkurangnya pesaing seharusnya memberikan keuntungan bagi usaha yang bertahan. Namun kenyataannya, dari total 21 responden yang diwawancarai, tidak terjadi peningkatan sama sekali. Stagnasi ini menjadi indikator kuat lemahnya Keunggulan Bersaing UMK di KBD. Hal tersebut mengindikasikan adanya permasalahan serius pada Keunggulan Bersaing UMK di KBD, khususnya pada sektor Makanan dan Minuman yang menjadi fokus kajian ini. Berdasarkan indikator Keunggulan Bersaing yang meliputi produk, harga, desain,

dan kualitas, dapat diidentifikasi permasalahan konkret sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Permasalahan-permasalahan tersebut diduga terkait erat dengan tiga faktor utama yang akan diteliti, yaitu Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial.

Pertama, pemanfaatan Teknologi Digital menjadi faktor yang diduga mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMK di KBD. Teknologi Digital merupakan suatu sistem informasi yang lebih memfokuskan proses kegiatannya pada pemanfaatan komputer atau perangkat digital, ketimbang mengandalkan tenaga manusia Danuri (2019). Dalam konteks UMK, Teknologi Digital berperan strategis karena dapat membuka akses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan diferensiasi produk melalui pemasaran digital (Harry Saptarianto et al., 2025). Dengan adanya Teknologi Digital, UMK dapat menjangkau konsumen lebih luas, bisa membangun merk, serta bisa berkompetisi dengan usaha yang lebih besar.

Namun, realita di lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatan Teknologi Digital Oleh UMK di KBD masih menghadapi kendala yang mendasar. Pertama, dari sisi akses terhadap teknologi, tidak semua pelaku usaha mempunyai perangkat yang mendukung seperti *smartphone* yang memadai dan akses internet yang stabil, terutama untuk kegiatan promosi dan pencatatan keuangan. Kedua, intensitas penggunaan teknologi masih tergolong cukup rendah; sebagian besar pelaku usaha hanya menggunakan WhatsApp untuk komunikasi secara terbatas, belum memanfaatkan *platform e-commerce* atau media sosial secara optimal untuk tempat pemasaran dan promosi. Ketiga, kelanjutan akan pemanfaatan teknologi belum terlihat secara signifikan, di mana penggunaan aplikasi digital seringkali tidak konsisten dan hanya dilakukan pada awal usaha saja, tanpa ada perkembangan yang lebih lanjut. Berdasarkan observasi awal di KBD, sebagian besar pelaku UMK sektor Makanan dan Minuman masih menggunakan cara konvensional. Rendahnya pengetahuan tentang adopsi Teknologi Digital ini menyebabkan UMK di KBD kesulitan dalam memperluas jangkauan pasar dan menciptakan diferensiasi produk. Akibatnya, ketika jumlah pesaing berkurang di tahun 2025, mereka tidak bisa menarik konsumen baru dari pesaing yang tutup dengan maksimal karena jangkauannya masih terbatas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa lemahnya pemanfaatan Teknologi Digital berkontribusi langsung pada Keunggulan Bersaing, yang tercermin dari stagnansi omset di tahun 2025.

Kedua, Kemampuan Wirausaha diduga menjadi faktor penting yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMK di KBD. Menurut (Armi Permana Putri et al., 2023) Kemampuan wirausaha merupakan keterampilan dalam membangun dan mengelola sebuah usaha. Hal ini

tercermin dari keberanian dalam memanfaatkan peluang, memiliki inisiatif, serta berorientasi pada pencapaian dan dedikasi kepada berbagai pihak. Seorang wirausahawan yang memiliki kemampuan tersebut umumnya akan lebih percaya diri dalam mengembangkan dirinya untuk menjalankan dan mengembangkan perusahaan. Kemampuan ini sangat menentukan apakah sebuah UMK mampu menciptakan produk yang berbeda dari pesaing (diferensiasi), mengelola efisiensi biaya, dan merespon perubahan pasar. Wirausahawan yang memiliki kemampuan tinggi akan lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha dan menciptakan nilai tambah yang akan membuat produknya unggul di pasaran.

Namun berdasarkan observasi awal yang di lakukan, Kemampuan Wirausaha pelaku UMK sektor makanan dan minuman di KBD masih tergolong rendah. Perihal ini bisa dicermati dari sejumlah indikator yang ada. Pertama, dari segi inisiatif dan proaktif, sebagian besar pelaku usaha cenderung menunggu konsumen datang daripada aktif mencari peluang baru atau melakukan promosi dan inovasi. Kedua, keberanian dalam mengambil resiko masih minim, yang terlihat dari keengganan untuk mencoba inovasi produk baru atau berinvestasi pada peralatan modern. Ketiga, orientasi pada prestasi belum menjadi pendorong utama, karena target penjualan seringkali hanya berdasarkan perkiraan saja tanpa adanya perencanaan yang terukur dengan jelas. Keempat, komitmen pada berbagai pihak, baik pada pemasok maupun pelanggan, beum terbangun secara konsisten. Hal ini dapat dilihat dari inovasi yang sangat minim di lakukan, di mana produk yang mereka tawarkan cenderung homogen dan sulit untuk dibedakan dengan kompetitor lain. Kondisi ini sejalan dengan temuan pada gambar 1.5, di mana meskipun jumlah UMK sempat naik pada tahun 2024, tidak ada variasi produk yang menonjol. Akibatnya, ketika jumlah pesaing berkurang di tahun 2025, konsumen tidak secara langsung beralih pada UMK yang bertahan karena tidak ada daya tarik tersendiri dari produknya.

Selain itu, kemampuan manajerial yang masih rendah juga menjadi masalah. Banyak perlaku usaha belum menerapkan pencatatan keuangan yang rapi, belum melakukan pengendalian persediaan produk secara optimal, dan belum mempunyai jadwal produksi yang teratur. Hal tersebut berdampak pada rendahnya efisiensi operasional dan ketidakmampuan mereka untuk menekan biaya produksi, sehingga harga produk kurang kompetitif di pasar. Rendahnya Kemampuan Wirausaha ini berkontribusi pada lemahnya Keunggulan Bersaing, yang terlihat dari tidak ada peningkatan omset meskipun jumlah pesaing berkurang signifikan pada tahun 2025.

Ketiga, Lingkungan Sosial ialah faktor eksternal yang turut memberi dampak pada Keunggulan Bersaing UMK. Menurut Bintarto dan Surastopo (Subagio, 2019) memaknai Lingkungan Sosial selaku tempat individu melakukan interaksi yang mencakup berbagai aspek, seperti aspek sosial kemasyarakatan, kondisi psikologis, nilai-nilai spiritual, dan berbagai unsur lainnya. Dalam konteks UMK, Lingkungan Sosial berperan penting karena usaha mikro umumya tumbuh dan berakar dari komunitas lokal. Menurut Savira Miranti (Subagio, 2019) bahwa yang termasuk kepada unsur Lingkungan Sosial yakni setiap orang yang berada di sekitar individu maupun komunitas tertentu. Lingkungan Sosial ini dapat terbentuk secara individu maupun kolektif, mulai dari keluarga, teman bermain, tetangga, hingga masyarakat warga pada umumnya Dukungan dari lingkungan sekitar, dapat menjadi sumber informasi pasar, modal sosial dan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan daya saing. Jaringan sosial yang kuat memungkinkan dapat memberikan informasi ke pelanggan secara alami ketika satu usaha tutup dan usaha lainnya masih beroperasi

Namun, hasil observasi awal di KBD menunjukkan bahwa potensi Lingkungan Sosial belum di manfaatkan secara optimal, yang terlihat dari beberapa aspek. Pertama, dari sisi lingkungan keluarga, tidak semua pelaku usaha mendapatkan dukungan penuh dari anggota keluarga, baik dalam bentuk motivasi maupaun operasional, sehingga seringkali mereka menjalankan usaha secara mandiri. Kedua, dalam lingkup masyarakat, interaksi antar pelaku UMK masih bersifat parsial dan masih belum terintegrasi dalam strategi usaha. Belum ada forum atau komunitas usaha yang aktif di KBD, sehingga informasi tentang peluang pasar, bahan baku murah, atau pelatihan tidak tersebar luas di antara pelaku usaha. Kolaborasi antar UMK seperti pemasaran yang di lakukan bersama atau pembelian bahan baku bersama juga masih belum terbangun. Akibatnya, setiap UMK berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan jaringan yang bisa memperkuat posisi mereka di pasar.

Lemahnya jaringan sosial ini berdampak langsung pada Keunggulan Bersaing. Ketika jumlah pesaing berkurang di tahun 2025, seharusnya ada transfer konsumen secara alami antar UMK yang masih ada atau bertahan, misalnya melalui saran, rekomendasi atau dari mulut ke mulut. Namun karena tidak adanya ikatan sosial yang kuat dan tidak ada komunikasi yang lancar antar pelaku usaha, konsumen yang kehilangan tempat belanja tidak secara otomatis beralih ke UMK lain. Hal ini turut berkontribusi pada stagnansi omset yang terjadi, karena tidak adanya

mekanisme sosial yang membantu memfasilitasi perpindahan konsumen dari usaha yang tutup ke usaha yang masih bertahan.

Meskipun penelitian tentang faktor lain yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing UMK sudah banyak dilakukan, belum ditemukan studi yang secara spesifik mengkombinasikan ketiga variabel tersebut dalam konteks UMK di kawasan KBD yang sedang mengalami dinamika pertumbuhan fluktuatif, yang dapat dilihat pada gambar 1.5. Dari latar belakang sebelumnya, kajian mengenai Keunggulan Bersaing kiranya menarik guna ditelaah lebih mendalam, dikarenakan belum ada penelitian sebelumnya yang membahas Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha dan Lingkungan Sosial, sehingga belum ada hasil yang pasti tentang bagaimana pengaruh dari ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada pelaku UMK di KBD. Penulis tertarik melaksanakan penelitian dengan tajuk **"Pengaruh Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Di KBD (Kota Baru Driyorejo)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari masalah sebelumnya, maka bisa dirumuskan sejumlah pertanyaan penelitian yang menjadi dasar pada penulisan ini:

1. Apakah Teknologi Digital berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di Kota Baru Driyorejo?
2. Apakah Kemampuan Wirausaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di Kota Baru Driyorejo?
3. Apakah Lingkungan Sosial Berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di Kota Baru Driyorejo?
4. Apakah Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di Kota Baru Driyorejo?

1.3 Tujuan Penelitian

Selanjutnya, mengenai tujuan dilakukannya penelitian ini yakni:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Teknologi Digital terhadap Keunggulan Bersaing UMK di Kota Baru Driyorejo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kemampuan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di Kota Baru Driyorejo.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di Kota Baru Driyorejo.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial secara simultan terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di Kota Baru Driyorejo.

1.4 Manfaat Penelitian

Selanjutnya adapun manfaat penelitian ini dari segi teoritis, praktis, serta pribadi yakni :

1. Secara teoritis, pengaruh Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha dan Lingkungan Sosial tersebut mampu menyumbang kontribusi berarti untuk kemajuan ilmu pengetahuan, terkhusus di bidang kewirausahaan digital dan menambah pemahaman tentang bagaimana UMK di daerah tersebut dapat berkembang serta bertransformasi secara digital.
2. Secara praktis, bagi pelaku UMK di Kota Baru Driyorejo, temuan penelitian ini dimaksudkan menjadi rujukan yang bisa digunakan dalam merancang strategi digitalisasi yang tepat. Dapat berkontribusi pada kegiatan sehingga bisa meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan para UMK di Kota Baru Driyorejo pada pangsa pasar mereka.
3. Secara pribadi, Bagi peneliti, studi ini menjadi salah satu syarat agar memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Guna mencermati dari segi garis besar tentang penyusunan penelitian ini, maka berikut uraian sistematika pembahasan yang terdiri :

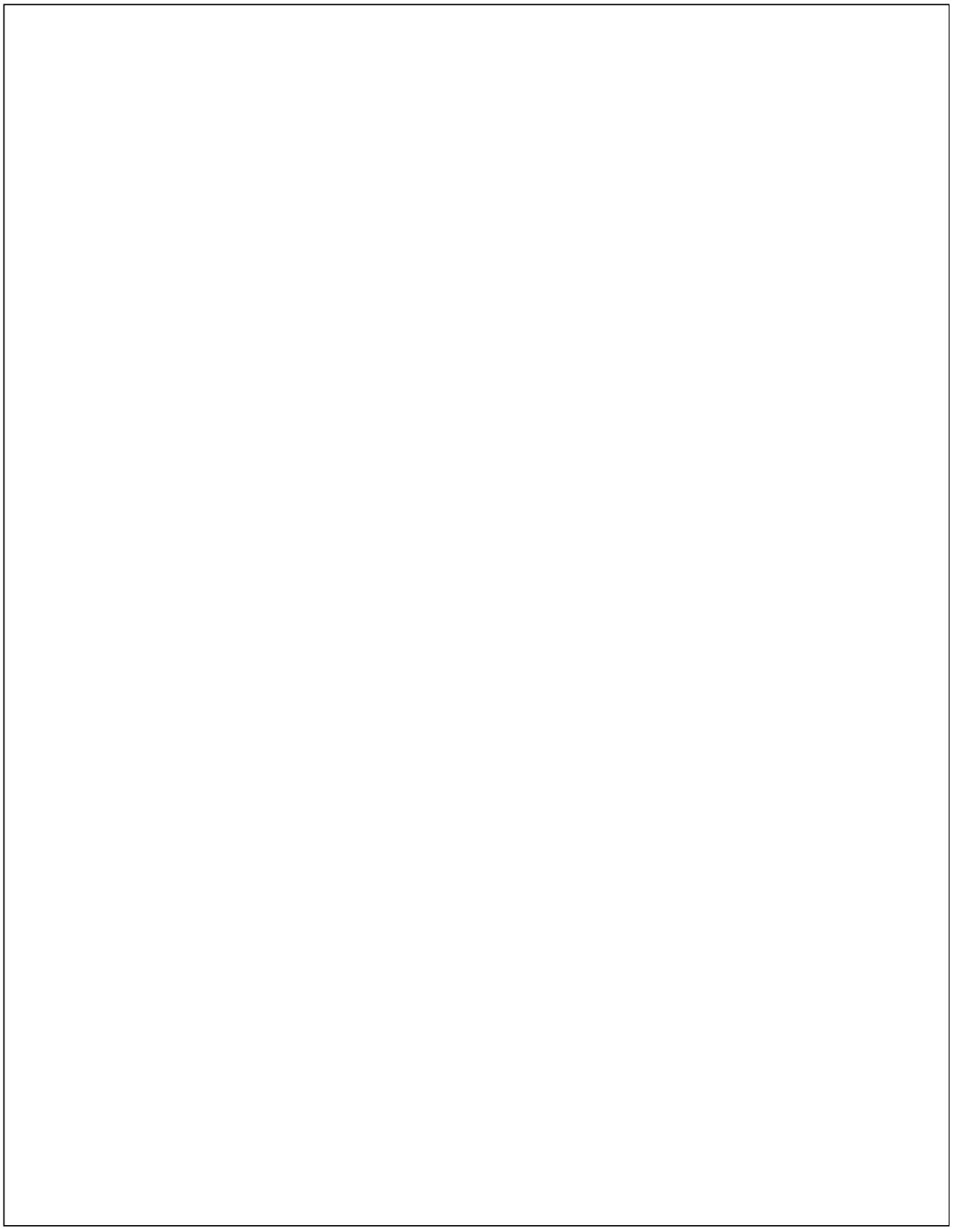
BAB I : **PENDAHULUAN**, bab ini menjabarkan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : **KAJIAN PUSTAKA**, bab ini menjabarkan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, definisi konsep serta definisi operasional juga hipotesis.

BAB III : **METODE PENELITIAN**, yakni bab yang menjabarkan lokasi penelitian, sumber data, dan metode pengumpulan data.

BAB IV : **PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN**, yakni bab yang berisi penyajian data, analisis serta pembahasan.

BAB V : **PENUTUP,** bab penutup yang menjabarkan kesimpulan serta saran yang bersangkutan dengan penelitian.



BAB IV
PENJAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.1.1 Gambar Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Kota Baru Driyorejo (KBD) yang secara administratif berada di Desa Petiken, Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Kecamatan Driyorejo sendiri memiliki luas wilayah sekitar 32,67 km² dan terdiri dari 16 desa, dengan jumlah penduduk yang cukup padat karena lokasinya yang strategis, berbatasan langsung dengan Kota Surabaya di sebelah timur serta kawasan industri di Gresik. Kondisi geografis ini menjadikan Kecamatan Driyorejo sebagai salah satu wilayah penyangga ekonomi di Kabupaten Gresik. Salah satu pusat pertumbuhan usaha mikro dan kecil di kecamatan ini berada di kawasan Kota Baru Driyorejo (KBD), yaitu perumahan skala besar yang dilengkapi sejumlah fasilitas umum misalnya pasar, tempat ibadah, sekolah, serta berbagai sarana perdagangan.

Secara sosial ekonomi, masyarakat di KBD umumnya bekerja di sektor industri, perdagangan, dan jasa. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk, di kawasan ini tumbuh banyak Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang berkecimpung di sejumlah bidang, yakni dari makanan dan minuman, pakaian, salon, toko bangunan, aksesoris, hingga berbagai bentuk usaha ritel lainnya. Keberadaan UMK di KBD menjadi salah satu penopang ekonomi lokal, terutama dalam menyerap tenaga kerja dan menyediakan kebutuhan sehari-hari bagi warga sekitar.

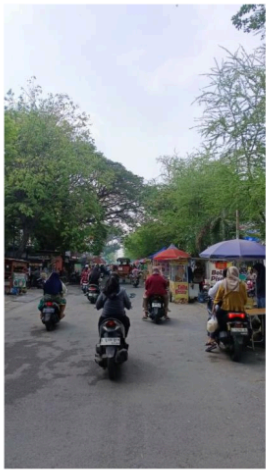
Berlandaskan data dari Dinas Koperasi Usaha Mikro Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gresik (2025), total UMK di KBD mengalami fluktuasi dalam kurun waktu 2022–2025. Pada tahun 2022 tercatat 193 unit, meningkat pesat menjadi 416 unit di tahun 2023, selanjutnya berkurang jadi 360 unit di tahun 2024, serta kembali tercatat 319 unit pada tahun 2025. Dari jumlah tersebut, sektor makanan serta minuman yakni termasuk sektor dominan dengan kontribusi yang signifikan, yang di antaranya ada penjual roti bakar, ayam geprek, dimsum kekinian, pisang keju, jus buah, es campur, es boba viral, dan berbagai macam lagi jenis makanan dan minuman. Pada tahun 2022, tercatat 104 unit usaha makanan dan minuman, meningkat menjadi 207 unit pada tahun 2023, mencapai puncak 267 unit pada tahun 2024, kemudian menurun menjadi 158 unit pada tahun 2025. Dinamika ini menunjukkan bahwa persaingan di sektor makanan dan minuman cukup ketat, dan tidak semua usaha mampu bertahan. Penelitian ini memfokuskan pada UMK sektor makanan dan minuman yang masih aktif beroperasi hingga tahun

2025. Kriteria responden yang diterapkan pada penelitian ini yakni, pertama : usaha berkecimpung di sektor makanan serta minuman, kedua : usaha telah beroperasi minimal 1 tahun

Populasi yang ada pada penelitian ini merupakan seluruh UMK sektor makanan serta minuman di KBD yang memenuhi kriteria tersebut, dengan jumlah total 158 unit usaha. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka didapatkan sampel minimal sejumlah 61 responden. Pemilihan lokasi KBD didasarkan pada dinamika pertumbuhan UMK yang fluktuatif serta tingkat adopsi Teknologi Digital yang masih minim, sehingga kawasan ini dinilai representatif untuk menguji pengaruh Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial terhadap Keunggulan Bersaing.



Gambar 4. 1 UMK di KBD



Gambar 4. 2 UMK di KBD

4.1.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini data yang dipakai merupakan data primer serta data sekunder. Data primer pada analisis ini yakni temuan yang diperoleh dengan cara menyebar e-kuesioner melalui gform untuk mendapatkan nilai data penelitian dengan responden sebanyak 61 pelaku usaha yang berkontribusi untuk mengisi e-kuesioner dengan lengkap. Seluruh responden tersebut merupakan

pelaku usaha yang ada di Kota Baru Driyorejo (KBD). Berdasarkan jawaban yang didapatkan dari responden yang sudah mengisi e-kuesioner yang sudah dibagikan, maka diperoleh gambaran sebagai berikut:

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Guna mencermati sebaran responden berlandaskan jenis kelamin, berikut disajikan karakteristik responden menurut gender di Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	26	42,62 %
Perempuan	35	57,38 %
Total	**61**	**100 %**

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis, 2026)

Berlandaskan Tabel 4.1, responden dengan jenis kelamin laki-laki sejumlah 26 orang (42,62%), sedangkan responden perempuan sejumlah 35 orang (57,38%). Maka karenanya, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden pada penelitian ini yakni berjenis kelamin perempuan.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Guna mencermati sebaran responden berlandaskan rentang usia, yakni disajikan karakteristik responden menurut usia di Tabel 4.2.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah	Presentase
20 – 35 tahun	50	81,97 %
35 – 50 tahun	11	18,03 %
>50 tahun	-	-
Total	**61**	**100 %**

Sumber: Data Primer (diolah oleh Penulis, 2026)

Berlandaskan temuan penyebaran e-kuesioner pada 61 responden, dilihat bahwasanya kebanyakan responden ada di rentang usia 20 hingga 35 tahun, yakni sejumlah 50 orang ataupun sebesar 81,97% dari jumlah responden. Kesimpulannya bahwasanya kebanyakan pelaku usaha UMK di Kota Baru Driyorejo (KBD) adalah individu dengan usia muda. Selanjutnya, terdapat 11

responden (18,03%) yang berada dalam rentang usia 35 sampai 50 tahun. Sementara itu, tidak ada responden yang berusia di atas 50 tahun.

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Demi mencermati sebaran responden berlandaskan pengalaman berusaha, berikut disajikan karakteristik responden merujuk kepada lama usaha di Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Presentase
1 tahun	28	45,90%
2 tahun	14	22,95%
> 3 tahun	19	31,15%
Total	**61**	**100 %**

Sumber: Data Primer (diolah oleh Penulis, 2026)

Berlandaskan Tabel 4.3, dicermati bahwasanya besar responden memiliki lama usaha 1 tahun, yakni sejumlah 28 orang (45,90%). Responden dengan lama usaha 2 tahun berjumlah 14 orang (22,95%), sedangkan responden yang telah beroperasi lebih dari 3 tahun sejumlah 19 orang (31,15%). Perihal ini memperlihatkan bahwasanya tingkat keberlanjutan usaha di kalangan UMK sektor makanan dan minuman di KBD masih tergolong rendah, karena mayoritas usaha baru berjalan sekitar satu tahun. Sementara itu, hanya sekitar sepertiga dari total responden yang mampu bertahan lebih dari tiga tahun. Kondisi ini mengindikasikan adanya tantangan dalam mempertahankan Keunggulan Bersaing, terutama bagi usaha yang masih tergolong baru. Kesimpulannya, dari data tersebut terlihat bahwa responden paling banyak memulai usaha baru dalam rentang waktu 1 tahun.

4.1.3 Uji Instrumen

Sebelum penelitian memaparkan tabulasi responden, maka penelitian terlebih dahulu memaparkan hasil dari uji validitas dan uji realibilitas untuk mengukur kualitas instrumen data primer penelitian ini.

4.1.3.1 Uji Validitas

Uji validitas yakni langkah yang digunakan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran, seperti kuesioner elektronik atau tes, benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila korelasinya menunjukkan tingkat signifikansi 95% atau

a = 0,05. Selain itu, kevalidan juga ditentukan oleh perbandingan nilai r hitung yang harus lebih besar daripada r tabel.

Tabel 4.4Uji Validitas

Variable		r hitung	r tabel	Keterangan
Teknologi Digital (X1)	X1.1	0,912	0.361	Valid
	X1.2	0,785	0.361	Valid
	X1.3	0,902	0.361	Valid
	X1.4	0,850	0.361	Valid
Kemampuan Wirausaha (X2)	X2.1	0,896	0.361	Valid
	X2.2	0,886	0.361	Valid
	X2.3	0,875	0.361	Valid
	X2.4	0,097	0.361	Valid
Lingkungan Sosial (X3)	X3.1	0,888	0.361	Valid
	X3.2	0,867	0.361	Valid
	X3.3	0,898	0.361	Valid
Keunggulan Bersaing (Y)	Y1	0,918	0.361	Valid
	Y2	0,882	0.361	Valid
	Y3	0,900	0.361	Valid

Sumber : data diolah oleh penulis

Berlandaskan temuan Uji Validitas memperlihatkan bahwasanya tiap-tiap pernyataan dari variabel Teknologi Digital (X1), Kemampuan Wirausaha (X2), Lingkungan Sosial (X3) serta Keunggulan Bersaing (Y) ditetapkan valid serta bisa dipakai selaku instrument penelitian.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu instrumen pengukuran seperti kuesioner elektronik, tes, atau skala, dilakukan uji reliabilitas sebagai metode statistik. Hasil dari pengujian ini digunakan untuk memastikan bahwa instrumen tersebut tetap menghasilkan data yang konsisten serta dapat dipercaya meskipun digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama.

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Kemampuan Wirausaha (X2)	0,910	0,60	Reliabel
Teknologi Digital (X1)	0,883	0,60	Reliabel
Kemampuan Wirausaha (X2)	0,910	0,60	Reliabel
Lingkungan Sosial (X3)	0,859	0,60	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0,881	0,60	Reliabel

Sumber : Diolah oleh penulis (2026)

Berlandaskan temuan Uji Reliabilitas yang dilaksanakan pada setiap item pada analisis ini memperlihatkan bahwasanya segala item penelitian bisa dinyatakan reliabel sebab nilai koefisien Cronbach Alpha > 0,60, maka karenanya bisa dinyatakan setiap item pernyataan e-kuesioner Teknologi Digital (X1), Kemampuan Wirausaha (X2), Lingkungan Sosial (X3) serta Keunggulan Bersaing (Y) reliabel.

4.2 Tabulasi Data

4.2.1 Tabulasi Data Variabel Teknologi Digital

Untuk mengetahui lebih rinci bagaimana tanggapan 61 responden terhadap setiap indikator yang membentuk variabel Teknologi Digital (X1), yaitu meliputi akses terhadap teknologi, intensitas penggunaan, serta keberlanjutan dalam pemanfaatannya, maka berikut disajikan hasil tabulasi data yang telah diolah dari e-kuesioner penelitian.

Tabel 4.6 Hasil Tabulasi Variabel Teknologi Digital (X1)

No Responden	Teknologi Digital (X1)				Total X1	Rata-rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		
1	3	4	4	3	14	3,50
2	5	4	4	3	16	4,00
3	4	5	3	4	16	4,00
4	5	4	3	4	16	4,00
5	5	3	4	3	15	3,75
6	5	4	4	3	16	4,00
7	5	4	3	5	17	4,25
8	4	3	5	4	16	4,00
9	5	4	5	4	18	4,50
10	5	3	4	4	16	4,00
11	5	3	5	4	17	4,25
12	5	4	5	4	18	4,50
13	4	3	5	4	16	4,00

No Responden	Teknologi Digital (X1)				Total X1	Rata-rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		
14	4	4	5	4	17	4,25
15	5	5	3	4	17	4,25
16	5	5	4	5	19	4,75
17	4	5	4	5	18	4,50
18	4	5	4	5	18	4,50
19	4	5	3	4	16	4,00
20	3	4	4	4	15	3,75
21	4	5	4	5	18	4,50
22	4	3	4	5	16	4,00
23	3	4	4	5	16	4,00
24	5	3	4	5	17	4,25
25	4	3	4	5	16	4,00
26	5	4	3	5	17	4,25
27	5	4	5	4	18	4,50
28	3	4	5	4	16	4,00
29	5	5	4	4	18	4,50
30	4	5	5	4	18	4,50
31	5	5	5	4	19	4,75
32	4	3	5	4	16	4,00
33	5	5	5	5	20	5,00
34	4	5	4	5	18	4,50
35	5	3	4	5	17	4,25
36	5	4	5	3	17	4,25
37	4	4	3	5	16	4,00
38	5	4	4	5	18	4,50
39	5	5	4	5	19	4,75
40	4	5	4	4	17	4,25
41	3	4	4	5	16	4,00
42	4	3	4	4	15	3,75
43	4	3	5	4	16	4,00
44	5	3	4	5	17	4,25
45	4	5	5	4	18	4,50
46	3	4	3	5	15	3,75
47	4	3	5	3	15	3,75
48	4	5	5	5	19	4,75
49	3	5	5	5	18	4,50
50	5	3	4	5	17	4,25

No Responden	Teknologi Digital (X1)				Total X1	Rata-rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		
51	5	5	5	5	20	5,00
52	4	4	4	5	17	4,25
53	5	3	5	3	16	4,00
54	4	3	4	3	14	3,50
55	5	4	3	4	16	4,00
56	4	4	4	4	16	4,00
57	5	5	5	3	18	4,50
58	4	5	3	4	16	4,00
59	3	4	3	5	15	3,75
60	4	3	4	4	15	3,75
61	4	5	4	4	17	4,25
Total	263	247	254	260	1024	256,00
Rata-rata Skor						**4.20**

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis, 2026)

Hasil dari Tabel 4.6 dicermati bahwasanya total skor variabel Teknologi Digital (X1) adalah 1.024 dengan rata-rata keseluruhan sebesar 4,20. Nilai ini ada di interval 3,41 – 4,20, sehingga termasuk pada kategori Setuju. Dengan demikian, responden rata-rata setuju bahwasanya mereka memiliki akses terhadap perangkat Teknologi Digital, menggunakan teknologi secara intensif, memanfaatkannya secara berkelanjutan, serta menggunakan sistem pembayaran digital dalam kegiatan usaha. Kesimpulannya, secara umum pelaku UMK di KBD memberikan tanggapan setuju terhadap pemanfaatan Teknologi Digital dalam kegiatan usaha mereka.

4.2.2 Tabulasi Data Varibel Kemampuan Wirausaha (X2)

Untuk mengetahui lebih rinci bagaimana tanggapan 61 responden terhadap setiap indikator yang membentuk variabel Kemampuan Wirausaha (X2), yaitu meliputi inisiatif dan proaktif, keberanian mengambil risiko, orientasi pada prestasi, serta komitmen pada berbagai pihak, maka berikut disajikan hasil tabulasi data yang telah diolah dari e-kuesioner penelitian.

Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Variabel Kemampuan Wirausaha (X2)

No Responden	Kemampuan Wirausaha (X2)				Total X2	Rata-rata
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		
1	5	5	5	5	20	5,00
2	4	3	4	4	15	3,75
3	5	5	4	4	18	4,50
4	3	3	2	4	12	3,00

No Responden	Kemampuan Wirausaha (X2)				Total X2	Rata-rata
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		
5	5	4	4	5	18	4,50
6	5	5	5	5	20	5,00
7	5	5	5	5	20	5,00
8	5	5	5	4	19	4,75
9	4	5	4	5	18	4,50
10	4	4	4	4	16	4,00
11	4	4	3	4	15	3,75
12	5	5	5	5	20	5,00
13	2	5	5	4	16	4,00
14	2	4	3	5	14	3,50
15	5	4	2	2	13	3,25
16	3	4	4	3	14	3,50
17	1	3	3	4	11	2,75
18	3	4	2	3	12	3,00
19	5	4	5	4	18	4,50
20	4	4	4	4	16	4,00
21	4	4	4	4	16	4,00
22	4	4	5	4	17	4,25
23	5	5	5	4	19	4,75
24	4	5	5	4	18	4,50
25	4	4	4	4	16	4,00
26	2	3	4	3	12	3,00
27	4	4	5	4	17	4,25
28	4	4	4	4	16	4,00
29	3	4	3	5	15	3,75
30	5	5	5	4	19	4,75
31	5	5	4	4	18	4,50
32	4	3	4	4	15	3,75
33	5	5	4	5	19	4,75
34	5	4	4	5	18	4,50
35	5	5	3	4	17	4,25
36	4	4	5	5	18	4,50
37	5	5	4	5	19	4,75
38	5	4	4	5	18	4,50
39	4	3	3	5	15	3,75
40	5	5	4	5	19	4,75
41	4	4	4	4	16	4,00

No Responden	Kemampuan Wirausaha (X2)				Total X2	Rata-rata
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		
42	5	3	4	5	17	4,25
43	4	4	4	4	16	4,00
44	4	5	5	5	19	4,75
45	5	4	4	5	18	4,50
46	4	4	3	3	14	3,50
47	4	4	4	4	16	4,00
48	4	4	5	5	18	4,50
49	4	4	4	4	16	4,00
50	4	5	5	5	19	4,75
51	5	4	4	5	18	4,50
52	2	2	2	4	10	2,50
53	3	4	4	3	14	3,50
54	4	5	2	5	16	4,00
55	5	5	5	5	20	5,00
56	5	4	3	3	15	3,75
57	3	3	4	3	13	3,25
58	3	3	4	3	13	3,25
59	5	5	5	5	20	5,00
60	5	3	4	4	16	4,00
61	4	4	3	4	15	3,75
Total	251	253	243	258	1005	251,25
Rata-rata Skor						**4,12**

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis, 2026)

Hasil dari Tabel 4.7 dicermati bahwasanya rata-rata skor variabel Kemampuan Wirausaha (X2) secara keseluruhan adalah 4,12 yang ada di kategori Setuju (3,41 – 4,20). Perihal ini menandakan bahwasanya responden cenderung setuju bahwa mereka memiliki inisiatif, keberanian mengambil risiko, orientasi pada prestasi, serta komitmen terhadap berbagai pihak dalam menjalankan usaha. Kesimpulannya, mayoritas responden menyatakan setuju terhadap variabel Kemampuan Wirausaha.

4.2.3 Tabulasi Data Variabel Lingkungan Sosial (X3)

Untuk mengetahui lebih rinci bagaimana tanggapan 61 responden terhadap setiap indikator yang membentuk variabel Lingkungan Sosial (X3), yaitu meliputi lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, juga lingkungan masyarakat, jadi berikut disajikan hasil tabulasi data yang telah diolah dari e-kuesioner penelitian.

Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Variabel Lingkungan Sosial (X3)

No Responden	Lingkungan Sosial (X3)			Total X3	Rata-rata
	X3.1	X3.2	X3.3		
1	5	5	5	15	5,00
2	5	4	4	13	4,33
3	5	5	5	15	5,00
4	5	4	5	14	4,67
5	4	5	4	13	4,33
6	5	5	5	15	5,00
7	5	5	5	15	5,00
8	5	5	5	15	5,00
9	5	5	5	15	5,00
10	4	4	4	12	4,00
11	5	4	3	12	4,00
12	5	5	5	15	5,00
13	3	4	4	11	3,67
14	4	4	4	12	4,00
15	3	4	5	12	4,00
16	5	5	4	14	4,67
17	3	5	5	13	4,33
18	4	4	5	13	4,33
19	3	3	4	10	3,33
20	5	3	4	12	4,00
21	5	5	5	15	5,00
22	3	4	2	9	3,00
23	4	5	5	14	4,67
24	5	5	4	14	4,67
25	4	4	4	12	4,00
26	4	5	4	13	4,33
27	3	4	5	12	4,00
28	4	4	4	12	4,00
29	5	4	4	13	4,33
30	5	5	5	15	5,00
31	5	5	5	15	5,00
32	5	3	4	12	4,00
33	5	5	5	15	5,00
34	5	5	4	14	4,67
35	4	5	5	14	4,67
36	5	4	5	14	4,67

No Responden	Lingkungan Sosial (X3)			Total X3	Rata-rata
	X3.1	X3.2	X3.3		
37	5	4	4	13	4,33
38	4	4	4	12	4,00
39	5	5	4	14	4,67
40	4	4	5	13	4,33
41	5	2	4	11	3,67
42	5	4	5	14	4,67
43	4	4	4	12	4,00
44	5	5	4	14	4,67
45	4	5	5	14	4,67
46	5	5	5	15	5,00
47	4	4	4	12	4,00
48	4	5	5	14	4,67
49	4	4	5	13	4,33
50	5	5	5	15	5,00
51	5	5	4	14	4,67
52	3	3	5	11	3,67
53	5	4	5	14	4,67
54	4	4	3	11	3,67
55	4	3	3	10	3,33
56	5	5	4	14	4,67
57	5	5	3	13	4,33
58	4	5	5	14	4,67
59	3	5	4	12	4,00
60	4	3	3	10	3,33
61	5	5	5	15	5,00
Total	269	267	267	803	267,67
Total Skor					**4,39**

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis, 2026)

Dari Tabel 4.8 dicermati bahwasanya rerata skor variabel Lingkungan Sosial (X3) secara keseluruhan adalah 4,39 yang berada pada kategori Sangat Setuju (4,21 – 5,00). Dengan demikian, responden menyatakan sangat setuju bahwa dukungan dari keluarga, lingkungan masyarakat, serta interaksi dengan sesama pelaku usaha telah memberikan kontribusi positif bagi pengembangan usaha. Kesimpulannya, mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap variabel Lingkungan Sosial.

4.2.4 Tabulasi Data Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Untuk mengetahui lebih rinci bagaimana tanggapan 61 responden terhadap setiap indikator yang membentuk variabel Keunggulan Bersaing (Y), yaitu meliputi produk, harga, desain, serta kualitas, maka berikut disajikan hasil tabulasi data yang sudah diproses dari e-kuesioner penelitian.

Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

No Responden	Keunggulan Bersaing (Y)			Total Y	Rata-rata
	Y1	Y2	Y3		
1	5	5	5	15	5,00
2	4	4	4	12	4,00
3	5	5	4	14	4,67
4	4	5	4	13	4,33
5	4	4	5	13	4,33
6	5	5	5	15	5,00
7	5	5	5	15	5,00
8	4	5	5	14	4,67
9	5	5	5	15	5,00
10	3	4	4	11	3,67
11	3	3	4	10	3,33
12	5	5	5	15	5,00
13	5	5	3	13	4,33
14	5	4	3	12	4,00
15	2	4	4	10	3,33
16	5	5	4	14	4,67
17	4	4	5	13	4,33
18	5	4	3	12	4,00
19	4	5	3	12	4,00
20	4	4	4	12	4,00
21	4	5	4	13	4,33
22	4	5	5	14	4,67
23	5	5	5	15	5,00
24	4	5	5	14	4,67
25	4	4	4	12	4,00
26	4	5	5	14	4,67
27	4	4	5	13	4,33
28	4	4	3	11	3,67
29	4	5	4	13	4,33
30	5	5	4	14	4,67
31	4	5	5	14	4,67

No Responden	Keunggulan Bersaing (Y)			Total Y	Rata-rata
	Y1	Y2	Y3		
32	5	5	4	14	4,67
33	5	5	5	15	5,00
34	4	5	4	13	4,33
35	4	5	3	12	4,00
36	4	4	4	12	4,00
37	3	5	3	11	3,67
38	5	4	5	14	4,67
39	5	5	5	15	5,00
40	4	4	4	12	4,00
41	3	3	4	10	3,33
42	4	5	3	12	4,00
43	4	4	4	12	4,00
44	4	4	5	13	4,33
45	5	5	5	15	5,00
46	3	3	3	9	3,00
47	4	4	4	12	4,00
48	5	5	4	14	4,67
49	4	4	5	13	4,33
50	5	5	5	15	5,00
51	5	4	4	13	4,33
52	3	2	5	10	3,33
53	5	4	5	14	4,67
54	3	5	3	11	3,67
55	3	4	3	10	3,33
56	4	5	2	11	3,67
57	4	4	4	12	4,00
58	4	5	4	13	4,33
59	3	3	4	10	3,33
60	5	5	5	15	5,00
61	4	5	3	12	4,00
Total	255	272	254	781	260,33
Total Skor					**4,27**

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis, 2026)

Hasil dari Tabel 4.9 dicermati bahwasanya rata-rata skor variabel Keunggulan Bersaing (Y) secara keseluruhan adalah 4,27 yang berada pada kategori Sangat Setuju (4,21 – 5,00). Perihal ini memperlihatkan bahwasanya secara umum responden sangat setuju bahwasanya produk yang

ditawarkan mempunyai keunikan, harga yang bersaing, serta kualitas yang konsisten sehingga mampu mempertahankan posisi usaha di tengah persaingan. Kesimpulannya, mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap variabel Keunggulan Bersaing.

4.2.5 Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Teknologi Digital (X1)

Untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden secara ringkas serta membandingkan antar indikator, maka dilakukan perhitungan rata-rata (mean) pada variabel Teknologi Digital (X1). Temuannya diperlihatkan di Tabel 4.10

Tabel 4.10 Hasil Mean Responden Variabel Teknologi Digital (X1)

No.	Pernyataan	Presentase					Total skor	Rata-rata	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Usaha saya memiliki akses terhadap perangkat Teknologi Digital (smartphone, komputer, internet) untuk menunjang kegiatan usaha	27	26	8	0	0	263	4,31	Sangat setuju
2	Saya menggunakan Teknologi Digital secara intensif (seperti media sosial, marketplace)	21	22	18	0	0	247	4,04	Setuju
3	Saya secara berkelanjutan memanfaatkan Teknologi Digital dalam kegiatan usaha sehari-hari	21	29	11	0	0	254	4,16	Setuju
4	Saya menggunakan sistem pembayaran digital (QRIS, transfer bank)	25	27	9	0	0	260	4,26	Sangat setuju
Total Skor							1024	16,77	Setuju
Rata-rata Skor								4,20	

Sumber: Data Primer (diolah penulis, 2026)

Berlandaskan Tabel 4.10, tanggapan responden pada variabel Teknologi Digital (X1) memperlihatkan bahwa pernyataan "Usaha saya memiliki akses terhadap perangkat Teknologi Digital" memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,31 (kategori Sangat Setuju). Pernyataan "Saya menggunakan Teknologi Digital secara intensif" mempunyai rata-rata terendah sebesar 4,04 (kategori Setuju). Secara keseluruhan, rata-rata skor variabel Teknologi Digital yakni 4,20 yang termasuk dalam kategori Setuju. Kesimpulannya, mayoritas responden menyatakan setuju

terhadap Teknologi Digital yang mereka gunakan. Namun, aspek intensitas penggunaan masih menjadi kelemahan utama, sehingga perlu ditingkatkan agar jangkauan pasar dan efisiensi usaha lebih optimal.

4.2.6 Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Kemampuan Wirausaha (X2)

Untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden secara ringkas serta membandingkan antar indikator, maka dilakukan perhitungan rata-rata (mean) pada variabel Kemampuan Wirausaha (X2). Hasilnya disajikan di Tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.11 Hasil Mean Responden Variabel Kemampuan Wirausaha (X2)

No.	Pernyataan	Presentase					Total skor	Rata-rata	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Saya memiliki inisiatif untuk mencari peluang usaha baru	25	24	7	4	1	251	4,11	Setuju
2	Saya bersikap proaktif dalam mengembangkan usaha	21	29	10	1	0	253	4,14	Setuju
3	Saya berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha, misalnya mencoba produk baru atau memasuki pasar baru	18	29	9	5	0	243	3,98	Setuju
4	Saya berorientasi pada pencapaian target agar dapat meningkatkan prestasi usaha	24	28	8	1	0	258	4,22	Sangat setuju
Total Skor							1005	16,45	Setuju
Rata-rata Skore								4,11	

Sumber: Data Primer (diolah penulis, 2026)

Berlandaskan Tabel 4.11, tanggapan responden pada variabel Kemampuan Wirausaha (X2) memperlihatkan bahwasanya pernyataan "Saya berorientasi pada pencapaian target untuk meningkatkan prestasi usaha" memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,22 (Sangat Setuju). Pernyataan "Saya berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha" mempunyai rata-rata terendah sebesar 3,98 (Setuju). Secara keseluruhan, rata-rata skor variabel Kemampuan Wirausaha adalah 4,11 (kategori Setuju), yang mengindikasikan bahwa keberanian mengambil risiko masih perlu ditingkatkan. Kesimpulannya, mayoritas responden menyatakan setuju terhadap Kemampuan Wirausaha mereka. Namun, aspek keberanian mengambil risiko masih menjadi kelemahan utama, sehingga perlu ditingkatkan agar inovasi dan daya saing usaha lebih optimal

4.2.7 Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Lingkungan Sosial (X3)

Untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden secara ringkas serta membandingkan antar indikator, maka dilakukan perhitungan rata-rata (mean) pada variabel Lingkungan Sosial (X3). Hasilnya disajikan di Tabel 4.12 berikut.

Tabel 4.12 Hasil Mean Responden Variabel Lingkungan Sosial (X3)

No.	Pernyataan	Presentase					Total skor	Rata-rata	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Keluarga mendukung saya dalam menjalankan usaha	33	20	8	0	0	269	4,40	Sangat setuju
2	Ilmu yang saya diperoleh dari bangku pendidikan membantu dalam mengembangkan strategi usaha	31	23	6	1	0	267	4,37	Sangat setuju
3	Saya menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan pelaku usaha lain di sekitar lokasi usaha	29	25	5	2	0	267	4,37	Sangat setuju
Total Skor							803	13,34	Sangat seuju
Rata-rata Skore								4,44	

Sumber: Data Primer (diolah penulis, 2026)

Berlandaskan Tabel 4.12, tanggapan responden pada variabel Lingkungan Sosial (X3) memperlihatkan bahwasanya pernyataan "Keluarga mendukung saya dalam menjalankan usaha" memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,41 (Sangat Setuju). Kedua pernyataan lainnya masing-masing mempunyai rata-rata 4,44 (Sangat Setuju). Secara keseluruhan, rata-rata skor variabel Lingkungan Sosial adalah 4,44 (kategori Sangat Setuju), yang berarti dukungan keluarga, pendidikan, dan hubungan masyarakat sudah berjalan baik. Kesimpulannya, mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap Lingkungan Sosial di sekitar mereka. Namun, aspek interaksi dengan masyarakat dan sesama pelaku usaha masih menjadi kelemahan utama, sehingga perlu ditingkatkan agar informasi pasar dan kolaborasi usaha lebih optimal.

4.2.8 Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Untuk mengetahui kecenderungan tanggapan responden secara ringkas serta membandingkan antar indikator, maka dilakukan perhitungan rata-rata (mean) pada variabel Keunggulan Bersaing (Y). Temuannya diperlihatkan di Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil Mean RespondenVariabel Keunggulan Bersaing (Y)

No.	Pernyataan	Presentase					Total skor	Rata-rata	Keterangan
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Saya memiliki Keunggulan Bersaing karena produk yang saya tawarkan memiliki keunikan dari produk pesaing	22	29	9	1	0	255	4,18	Setuju
2	Saya memiliki Keunggulan Bersaing karena harga produk yang saya tawarkan lebih ekonomis dengan usaha sejenis yang ada disini	34	22	4	1	0	272	4,45	Sangat setuju
3	Saya memiliki Keunggulan Bersaing karena kualitas produk yang saya hasilkan konsisten sesuai harapan pelanggan	24	24	12	1	0	254	4,16	Setuju
Total Skor							781	12,79	Sangat setuju
Rata-rata Skore								4,26	

Sumber: Data Primer (diolah penulis, 2026)

Berlandaskan Tabel 4.13, tanggapan responden pada variabel Keunggulan Bersaing (Y) memperlihatkan bahwasanya pernyataan "Saya memiliki Keunggulan Bersaing karena harga produk yang saya tawarkan lebih ekonomis" memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,45 (Sangat Setuju). Pernyataan tentang keunikan produk dan kualitas konsisten masing-masing mempunyai rata-rata 4,18 (Setuju) dan 4,16 (Setuju). Secara keseluruhan, rata-rata skor variabel Keunggulan Bersaing adalah 4,26 (kategori Sangat Setuju), yang berarti pelaku UMK di KBD merasa produk mereka memiliki daya saing terutama dari sisi harga. Kesimpulannya, mayoritas responden menyatakan sangat setuju terhadap Keunggulan Bersaing yang mereka miliki. Namun, aspek konsistensi kualitas produk masih menjadi kelemahan utama, sehingga perlu ditingkatkan agar kepercayaan dan loyalitas pelanggan semakin kuat.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

4.3.1.1 Uji Linieritas

Menurut (Zainuddin & Aditya Wardhana, 2024:41) Hubungan kausal antara variabel-variabel yang diamati menjadi dasar dalam asumsi linieritas, yaitu kejelasan keterkaitan antar

variabel. Dalam analisis regresi, asumsi ini memiliki peran yang sangat penting. Melalui uji F pada tabel ANOVA dengan bantuan program SPSS, uji linieritas dilakukan untuk mengujinya. Sebelum analisis regresi dijalankan, perlu dipastikan terlebih dahulu bahwa hubungan antar variabel telah terbukti atau setidaknya dapat diperkirakan secara logis, sebab tanpa hal tersebut, hasil interpretasi regresi berpotensi menjadi tidak valid. Oleh karena itu, uji ini umumnya dijadikan syarat awal dalam analisis korelasi maupun regresi linear. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas yakni:

1) Jika nilai probabilitas > 0,05 maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah linear
2) Jika nilai probabilitas < 0,05 maka hubungan antara variabel (X) dengan (Y) adalah tidak linear

Tabel 4.14 hasil Uji Linieritas Teknologi Digital (X1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEUNGGULAN BERSAING * TEKNOLOGI DIGITAL	Between Groups	(Combined)	26,775	6	4,462	1,841	,108
		Linearity	17,918	1	17,918	7,394	,009
		Deviation from Linearity	8,856	5	1,771	,731	,603
	Within Groups		130,865	54	2,423		
	Total		157,639	60			

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Pada tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas Variabel Teknologi Digital (X1) dengan Keunggulan Bersaing (Y) memperlihatkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,603. Hasil SPSS menunjukkan nilai signifikansi 0,603 > 0,05, maka hubungan antara variabel Teknologi Digital (X1) dengan variabel Keunggulan Bersaing (Y) bersifat linier.

Tabel 4.15 hasil Uji Linieritas Kemampuan Wirausaha (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEUNGGULAN BERSAING * KEMAMPUAN WIRAUSAHA	Between Groups	(Combined)	34,717	10	3,472	1,412	,202
		Linearity	18,279	1	18,279	7,435	,009
		Deviation from Linearity	16,438	9	1,826	,743	,668
	Within Groups		122,923	50	2,458		
	Total		157,639	60			

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Pada tabel 4.15 temuan Uji Linieritas Variabel Kemampuan Wirausaha (X2) dengan Keunggulan Bersaing (Y) menunjukkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,668.

Hasil SPSS menunjukkan nilai signifikansi 0,668 > 0,05, maka hubungan antara variabel Kemampuan Wirausaha (X2) dengan variabel Keunggulan Bersaing (Y) bersifat linier.

Tabel 4.16 hasil Uji Linieritas Lingkungan Sosial (X3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEUNGGULAN BERSAING * LINGKUNGAN SOSIAL	Between Groups	(Combined)	51,799	6	8,633	4,405	,001
		Linearity	31,502	1	31,502	16,072	,000
		Deviation from Linearity	20,297	5	4,059	2,071	,083
	Within Groups		105,840	54	1,960		
	Total		157,639	60			

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Di tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas Variabel Lingkungan Sosial (X3) dengan Keunggulan Bersaing (Y) memperlihatkan nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,083. Hasil SPSS menunjukkan nilai signifikansi 0,083 > 0,05, maka hubungan antara variabel Lingkungan Sosial (X3) dengan variabel Keunggulan Bersaing (Y) bersifat linier

4.3.1.2 Uji Normalitas

Dalam analisis data kuantitatif, salah satu pengujian asumsi klasik yang harus dipenuhi adalah uji normalitas, yaitu untuk menilai apakah data tersebar mengikuti pola distribusi normal. Pengujian ini pada penelitian ini dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila hasil signifikansi menunjukkan nilai lebih dari 0,05 ataupun 5%. Namun, jika hasil uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan signifikansi kurang dari 0,05 ataupun 5% maka data tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas. Ketika kondisi tersebut terjadi, maka data perlu melalui proses transformasi terlebih dahulu sebelum digunakan dalam analisis lanjutan. (Zainuddin & Aditya Wardhana, 2024:41).

Tabel 4.17 Hasil Uji one sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,34728823
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,044
	Negative	-,068
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

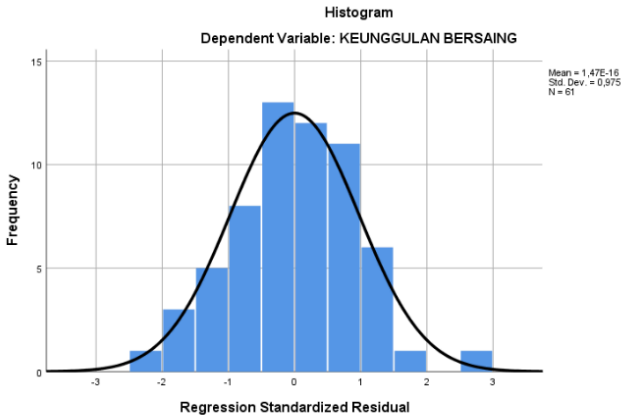
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

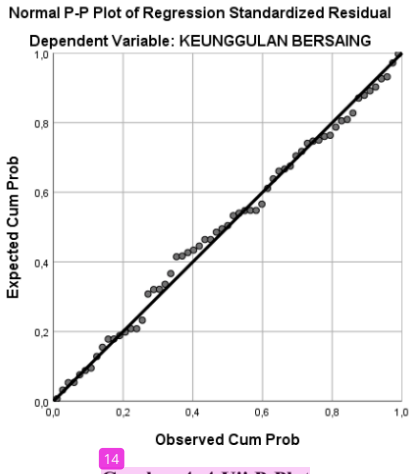
Pada tabel 4.17 uji normalitas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yakni 0,200 (>0,05), sehingga bisa disimpulkan bahwasanya residual data berdistribusi normal. Pengujian normalitas tersebut di dukung pula oleh grafik Histogram serta P-Plot normal yang ditampilkan di gambar 4.3:

Gambar 4.3 Uji Normalitas Data Model Histogram



Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Berdasarkan Histogram residual terstandarisasi, bisa dicermati bahwasanya data menciptakan pola lonceng (kurva normal) dengan nilai Mean mendekati 0 (1,47E-16) dan Standar Deviasi 0,975 mendekati 1. Perihal ini menandakan bahwasanya residual terdistribusi normal, maka asumsi normalitas dalam regresi linier berganda memenuhi. Kesimpulan ini juga konsisten dengan temuan uji Kolmogorov-Smirnov sebelumnya (Asymp. Sig. 0,200 > 0,05).



Gambar 4. 4 Uji P-Plot

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Berlandaskan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, dicermati bahwasanya titik-titik (observed cum prob) mengikuti garis diagonal (expected cum prob) dengan sangat baik. Perihal ini memperlihatkan bahwasanya residual terdistribusi normal, maka asumsi normalitas pada regresi linier berganda dipenuhi. Temuan ini konsisten dengan histogram residual dan uji Kolmogorov-Smirnov sebelumnya.

4.3.1.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat diketahui melalui beberapa cara, di antaranya dengan melihat matriks korelasi antar variabel bebas, menghitung nilai VIF (Variance Inflation Factor), serta menggunakan analisis regresi berganda. VIF digunakan untuk menilai besarnya pengaruh multikolinearitas terhadap varians koefisien dalam model regresi. Semakin besar nilai VIF dan

semakin kecil nilai tolerance, maka semakin kuat dugaan adanya hubungan yang tinggi antar variabel independen. Jika nilai VIF lebih dari 10 atau nilai tolerance berada di bawah 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi mengandung masalah multikolinearitas yang cukup serius.

Tabel 4.18 hasil Uji Multikolineritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,813	2,597		,313	,755		
	TEKNOLOGI DIGITAL	,290	,141	,243	2,054	,045	,868	1,152
	KEMAMPUAN WIRAUSAHA	,182	,075	,277	2,423	,019	,929	1,076
	LINGKUNGAN SOSIAL	,313	,128	,298	2,448	,017	,820	1,220

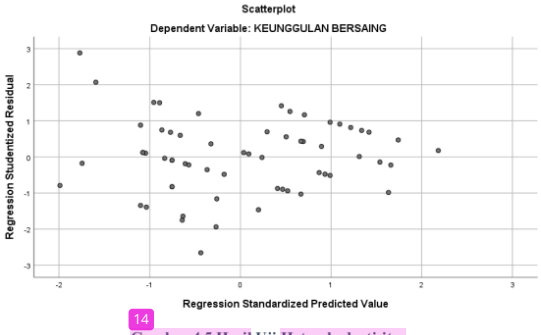
a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Di tabel 4.18 temuan uji multikolinearitas di tabel Coefficients, diketahui bahwasanya nilai Tolerance pada variabel Teknologi Digital (X1) sebesar 0,868, Kemampuan Wirausaha (X2) sebesar 0,929, serta Lingkungan Sosial (X3) sebesar 0,820. Semua nilai Tolerance itu lebih besar daripada 0,10. Sedangkan itu, nilai VIF (Variance Inflation Factor) masing-masing variabel berturut-turut ialah 1,152; 1,076; serta 1,220, yang seluruhnya kurang dari 10. Dengan demikian, bisa dicermati bahwasanya tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi ini.

4.3.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastitas ini mempunyai tujuan untuk menguji apabila di model suatu regeresi terjadi ketidakstabilan varian dari sisa antara pengamatan yang satu dengan pengamatan lain. Jikalau varian tersebut berbeda, maka hal ini disebut sebagai heteroskedastitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan mencermati grafik *scatterplot* antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual (SRESID). Jika tidak ada pola khusus serta residu tidak tersebar di atas juga dibawah angka nol di sumbu Y, maka bisa ditarik inti sari bahwa tidak terjadi heteroskedastitas.



Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Di gambar 4.5 Grafik scatterplot antara ZPRED serta SRESID menunjukkan bahwasanya titik-titik menyebar dengan acak tanpa pola yang jelas, baik di atas juga di bawah angka nol pada sumbu Y. Perihal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, maka model dinyatakan layak untuk dipakai dalam analisis lebih lanjut.

4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda yakni metode statistik yang diterapkan guna menganalisis hubungan anatara satu variabel terikat (dependen) yang bersifat metrik dengan satu ataupun lebih variabel bebas (independen) yang bersifat metrik. Tujuan dari teknik regeresi ini adalah menggambarkan nilai parameter dari model yang di bangun. Dalam analisis regresi linier berganda, hubungan anatara variabel dependen dan beberapa variabel independen yang dinyatakan dalam bentuk persamaan linier (Imam Ghozali, 2018).

Tabel 4.19 hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,813	2,597		,313	,755		
	TEKNOLOGI DIGITAL	,290	,141	,243	2,054	,045	,868	1,152
	KEMAMPUAN WIRAUSAHA	,182	,075	,277	2,423	,019	,929	1,076
	LINGKUNGAN SOSIAL	,313	,128	,298	2,448	,017	,820	1,220

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 0{,}813 + 0{,}290 X_1 + 0{,}182 X_2 + 0{,}313 X_3 + e$$

Persamaan itu memperlihatkan bahwasanya ketiga variabel independen berdampak positif pada Keunggulan Bersaing. Maknanya, semua peningkatan satu satuan pada Teknologi Digital (X_1), Kemampuan Wirausaha (X_2), atau Lingkungan Sosial (X_3) akan diikuti oleh peningkatan Keunggulan Bersaing (Y) tiap-tiap sebesar 0,290, 0,182, serta 0,313, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Dari persamaan itu dapat dikemukakan yakni:

1. Nilai konstanta (a) bertanda positif sebesar 0,813 artinya jika variabel Teknologi Digital (X_1), Kemampuan Wirausaha (X_2), serta Lingkungan Sosial (X_3) bernilai 0, maka nilai Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,813.
2. Nilai koefisien regresi variabel Teknologi Digital (X_1) sebesar 0,290 yang maknanya jikalau variabel Teknologi Digital (X_1) terjadi peningkatan satu satuan dengan asumsi variabel Kemampuan Wirausaha (X_2) dan Lingkungan Sosial (X_3) konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan meningkat sebesar 0,290.
3. Nilai koefisien regresi variabel Kemampuan Wirausaha (X_2) sebesar 0,182 yang maknanya jikalau variabel Kemampuan Wirausaha (X_2) terjadi peningkatan satu satuan dengan asumsi variabel Teknologi Digital (X_1) dan Lingkungan Sosial (X_3) konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan meningkat sebesar 0,182.
4. Nilai koefisien regresi variabel Lingkungan Sosial (X_3) sebesar 0,313 yang artinya bila variabel Lingkungan Sosial (X_3) terjadi peningkatan satu satuan dengan asumsi variabel Teknologi Digital (X_1) dan Kemampuan Wirausaha (X_2) konstan, maka Keunggulan Bersaing (Y) akan meningkat sebesar 0,313.

4.3.3 Uji t (Parsial)

Uji statistik t, yang juga dikenal selaku uji signifikan individu, memperlihatkan sebesar apa dampak variabel independen pada variabel dependen secara parsial (Sugiyono, 2017:147). Uji t digunakan guna menguji dampak masing-masing variabel independen secara parsial pada variabel dependen. Kriteria pengujian :

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada a = 5%maka H_0 ditolak dan Ha diterima (berpengaruh)
2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada a = 5%maka H_0 diterima dan Ha ditolak (tidak diterima)

Tabel 4.20 hasil Uji t (parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,813	2,597		,313	,755
	TEKNOLOGI DIGITAL	,290	,141	,243	2,054	,045
	KEMAMPUAN WIRAUSAHA	,182	,075	,277	2,423	,019
	LINGKUNGAN SOSIAL	,313	,128	,298	2,448	,017

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Berlandaskan Tabel 4.20 temuan uji t (parsial), bisa ditarik inti sari bahwasanya:

1. Teknologi Digital (X_1) mempunyai nilai t hitung 2,054 (sig. 0,045 < 0,05), maka berdampak positif dan signifikan pada Keunggulan Bersaing.
2. Kemampuan Wirausaha (X_2) mempunyai nilai t hitung 2,423 (sig. 0,019 < 0,05), maka berdampak positif dan signifikan pada Keunggulan Bersaing.
3. Lingkungan Sosial (X_3) mempunyai nilai t hitung 2,448 (sig. 0,017 < 0,05), maka berdampak positif dan signifikan pada Keunggulan Bersaing.

Dengan demikian, ketiga variabel independen secara parsial diterima seluruhnya, artinya masing-masing menyumbang kontribusi signifikan pada peningkatan Keunggulan Bersaing di UMK di KBD

a. Hipotesis Pertama

Ho :Teknologi Digital tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

Ha : Teknologi Digital berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka Ho diterima, Ha ditolak.
2. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak, Ha diterima.

Diketahui variabel Teknologi Digital, nampak bahwa t hitung (2,054) > t tabel (2,002) dengan nilai signifikansi (0,045 < 0,05). Maka karenanya, hipotesis alternatif (Ha) yang berbunyi "Teknologi Digital berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD" diterima. Hal ini diperkuat dengan nilai Sig. 0,045 < 0,05 yang maknanya probabilitas

kesalahan menolak Ho sebesar 4,5%. Jadi bisa ditarik simpulan Teknologi Digital berdampak pada Keunggulan Bersaing.

b. Hipotesis Kedua

Ho: Kemampuan Wirausaha tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

Ha :Kemampuan Wirausaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

Kriteria:

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka Ho diterima, Ha ditolak.
2. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak, Ha diterima.

Diketahui variabel Kemampuan Wirausaha, nampak bahwa t hitung (2,423) > t tabel (2,002) dengan nilai signifikansi (0,019 < 0,05). Maka karenanya, hipotesis alternatif (Ha) yang berbunyi "Kemampuan Wirausaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD" diterima. Hal ini diperkuat dengan nilai Sig. 0,019 < 0,05. Jadi bisa ditarik simpulan Kemampuan Wirausaha berdampak pada Keunggulan Bersaing.

c. Hipotesis Ketiga

Ho :Lingkungan Sosial tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

Ha :Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

Kriteria:

1. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka Ho diterima, Ha ditolak.
2. Jika nilai probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak, Ha diterima.

Diketahui variabel Lingkungan Sosial, nampak bahwa t hitung (2,448) > t tabel (2,002) dengan nilai signifikansi (0,017 < 0,05). Maka karenanya, hipotesis alternatif (Ha) yang berbunyi "Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD" diterima. Hal ini diperkuat dengan nilai Sig. 0,017 < 0,05. Jadi bisa ditarik simpulan Lingkungan Sosial berdampak pada Keunggulan Bersaing.

4.3.4 Uji F (Simultan)

Tabel 4.21 Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48,728	3	16,243	8,501	,000[b]
	Residual	108,911	57	1,911		
	Total	157,639	60			

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

b. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN SOSIAL, KEMAMPUAN WIRAUSAHA, TEKNOLOGI DIGITAL

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

F_{tabel} df_1 = k (jumlah variabel independen) = 3

F_{tabel} df_2 = n – k – 1 = 61 – 3 – 1 = 57

n = jumlah responden (61)

k = jumlah variabel independen (3)

Berdasarkan tabel distribusi F dengan df_1 = 3, df_2 = 57 pada tingkat signifikansi 5% (0,05), didapatkan F tabel sebesar 2,76.

1. Jika F hitung ≤ F tabel dan nilai signifikansi ≥ 0,05, maka Ho diterima (tidak ada pengaruh simultan).
2. Jika F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak (ada pengaruh simultan).

Dari hasil analisis, diperoleh F hitung = 8,501 dengan nilai signifikansi 0,000. Sebab F hitung (8,501) > F tabel (2,76) dan nilai Sig. (0,000) < 0,05, maka Ho ditolak.

c. Hipotesis Keempat

Ho : Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

Ha :Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial secara simultan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo).

Kriteria :

1. Jika F hitung ≤ F tabel dan nilai signifikansi ≥ 0,05, maka Ho diterima, Ha ditolak.
2. Jika F hitung > F tabel dan nilai signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak, Ha diterima.
3. Perhitungan F tabel:
4. df_1 = k (jumlah variabel independen) = 3

5. $df_2 = n - k - 1 = 61 - 3 - 1 = 57$ Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, diperoleh F tabel = 2,76.

Hasil analisis dari tabel ANOVA diketahui nilai F hitung = 8,501 dengan nilai signifikansi 0,000.

Karena F hitung (8,501) > F tabel (2,76) serta nilai Sig. (0,000) < 0,05, maka Ho ditolak serta Ha diterima. Hipotesis alternatif (Ha) yang berbunyi "Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial dengan simultan berdampak pada Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD (Kota Baru Driyorejo)" diterima. Perihal ini dikuatkan dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05 yang maknanya probabilitas kesalahan menolak Ho sebesar 0%. Jadi bisa ditarik inti sari ketiga variabel independen secara simultan berdampak pada Keunggulan Bersaing.

4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

(Imam Ghozali, 2018) mengemukakan koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model pada menguraikan variasi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin baik model tersebut menjelaskan data. Menurut Ghozali 2013 koefisien determinasi yakni ukuran seberapa besar varibel independent bisa menguraikan variasi variabel dependen.

Berikut hasil uji R^2 :

Tabel 4.22 hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,556[a]	,309	,273	1,382

a. Predictors: (Constant), LINGKUNGAN SOSIAL, KEMAMPUAN WIRAUSAHA, TEKNOLOGI DIGITAL

b. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Sumber: Data Primer (diolah Penulis SPSS 26, 2026)

Berdasarkan hasil tabel 4.22 *Model Summary*, nilai R Square yang diperoleh adalah 0,309. Perihal ini memperlihatkan bahwasanya 30,9% variasi pada Keunggulan Bersaing (Y) bisa diuraikan dengan simultan oleh ketiga variabel independen, yaitu Teknologi Digital (X1), Kemampuan Wirausaha (X2), danLingkungan Sosial (X3). Sisanya sebesar 69,1% terpengaruh

oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, yakni inovasi produk, strategi pemasaran, akses permodalan, atau kondisi ekonomi makro.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Keunggulan Bersaing

Temuan analisis ini memperlihatkan bahwasanya Teknologi Digital berdampak pada Keunggulan Bersaing pada UMK di KBD. Di antara tiga indikator yang digunakan (akses terhadap teknologi, intensitas penggunaan, dan keberlanjutan pemanfaatan), indikator akses terhadap perangkat digital merupakan yang paling kuat. Sebagian besar pelaku usaha sudah memiliki smartphone, komputer, dan akses internet yang memadai. Perihal ini menjadi modal awal yang baik guna bertransformasi secara digital. Namun, indikator intensitas penggunaan menjadi yang paling lemah. Mayoritas pelaku usaha hanya memanfaatkan WhatsApp untuk komunikasi sederhana, jarang menggunakan media sosial dengan maksimal seperti memanfaatkan fitur di dalamnya (Instagram, TikTok), marketplace (Shopee, GoFood), atau sistem pembayaran digital secara konsisten. Akibatnya, jangkauan pasar tetap sempit, dan ketika jumlah pesaing berkurang, mereka belum bisa menarik konsumen baru secara optimal.

Kajian ini selaras dengan kajian (Siska Anggraeni & Muzdalifah, 2023) yang mengemukakan bahwasanya kepercayaan terhadap Teknologi Digital mampu meningkatkan Keunggulan Bersaing secara langsung. Namun, penelitian (Anggarda & Widyarini, 2025) sebelumnya menemukan bahwa Teknologi Digital tidak berpengaruh langsung tanpa dimediasi oleh kelincahan organisasi. Perbedaan ini kemungkinan terjadi karena dalam penelitian ini akses terhadap perangkat digital sudah cukup baik, sehingga pengaruh langsung tetap terdeteksi meskipun intensitasnya masih rendah. Oleh karena itu, upaya peningkatan Keunggulan Bersaing melalui Teknologi Digital harus diarahkan pada peningkatan frekuensi dan variasi penggunaan, bukan hanya sekadar menyediakan akses.

4.4.2 Pengaruh Kemampuan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing

Kemampuan Wirausaha juga teruji berpengaruh pada Keunggulan Bersaing. Dari empat indikator (inisiatif serta proaktif, berani mengambil risiko, berorientasi kepada prestasi, serta komitmen kepada sejumlah pihak), indikator orientasi pada prestasi merupakan yang paling kuat. Pelaku UMK di KBD mempunyai semangat yang tinggi untuk bisa mencapai target penjualan dan meningkatkan hasil usaha. Hal ini menjadi pendorong utama bagi mereka untuk terus berusaha meskipun menghadapi keterbatasan. Sebaliknya, indikator keberanian mengambil risiko menjadi

yang paling lemah. Banyak pelaku usaha masih enggan mencoba produk baru, memodifikasi kemasan, atau memasuki pasar yang berbeda. Akibatnya, produk yang ditawarkan cenderung homogen dengan pesaing, sehingga sulit menciptakan diferensiasi yang menjadi ciri Keunggulan Bersaing.

Studi ini selaras dengan kajian (Nurrohmah & Suryoko, 2020) yang mengemukakan bahwasanya kompetensi wirausaha (termasuk keberanian mengambil risiko dan kemampuan mengembangkan usaha) berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Demikian pula penelitian (Agustin & Izzuddin, 2024) yang menyatakan bahwa keterampilan wirausaha seperti manajerial dan pengambilan keputusan berkontribusi signifikan terhadap daya saing. Dengan demikian, meskipun orientasi prestasi sudah baik, peningkatan Keunggulan Bersaing melalui Kemampuan Wirausaha harus difokuskan pada pembangunan keberanian untuk berinovasi dan mengambil risiko yang terukur. Pelatihan manajemen risiko dan uji coba produk skala kecil dapat menjadi langkah awal yang efektif.

4.4.3 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing

Lingkungan Sosial berdampak, dan bahkan memberikan kontribusi paling besar dibandingkan dua variabel lainnya. Di antara tiga indikator (lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, lingkungan masyarakat), indikator dukungan keluarga merupakan yang paling kuat. Keluarga menjadi sumber motivasi, bantuan operasional, dan dukungan moral yang utama bagi pelaku UMK. Hal ini sangat penting karena usaha mikro seringkali dikelola secara keluarga. Namun, indikator lingkungan masyarakat (interaksi dengan sesama pelaku usaha dan komunitas lokal) menjadi yang paling lemah. Hasil observasi menunjukkan bahwa forum atau komunitas usaha di KBD belum aktif, kolaborasi seperti promosi bersama atau pembelian bahan baku kolektif belum terbangun, dan informasi tentang peluang pasar tidak tersebar luas.

Kajian ini selaras dengan studi (Rini et al., 2023) yang mengemukakan bahwasanya lingkungan internal (termasuk sumber daya manusia dan dukungan sosial) berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing. Penelitian (Faliza, 2021) juga menekankan bahwa modal manusia (human capital) yang erat kaitannya dengan Lingkungan Sosial mampu meningkatkan daya saing. Karena itu, untuk memaksimalkan peran lingkungan sosial, pelaku UMK perlu didorong untuk aktif membangun jaringan, baik melalui paguyuban, diskusi rutin, maupun kerja sama promosi. Pemerintah daerah dapat memfasilitasi terbentuknya komunitas wirausaha yang terstruktur.

4.4.4 Pengaruh Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing

Secara bersama-sama, ketiga variabel independen (Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial) berdampak pada Keunggulan Bersaing. Hasil ini menegaskan bahwasanya Keunggulan Bersaing tidak semata-mata ditetapkan oleh satu faktor, tetapi oleh gabungan dari pemanfaatan teknologi digital, keterampilan wirausaha, dan dukungan lingkungan sosial. Di antara ketiganya, Lingkungan Sosial memiliki kontribusi paling besar, diikuti oleh Teknologi Digital, kemudian Kemampuan Wirausaha. Meskipun kontribusi bersama ketiga variabel tergolong sedang (sekitar 31%), model regresi ini tetap signifikan dan layak. Hal ini membuktikan bahwa faktor-faktor di luar penelitian (seperti inovasi produk, akses permodalan, atau kebijakan pemerintah) masih memegang peranan penting, namun ketiga variabel yang diteliti tetap menjadi penentu yang tidak dapat diabaikan.

Kajian ini selaras dengan analisis (Anggarda & Widyarini, 2025) yang mengemukakan bahwasanya Teknologi Digital bersama dengan kapabilitas organisasi (seperti pembelajaran organisasi) berpengaruh simultan terhadap Keunggulan Bersaing. Demikian pula penelitian (Agustin & Izzuddin, 2024) yang menunjukkan bahwa keterampilan wirausaha dan media sosial secara bersama-sama berkontribusi terhadap daya saing. Implikasi praktisnya, pelaku UMK di KBD perlu mengembangkan ketiga aspek secara terpadu: meningkatkan intensitas penggunaan teknologi digital (bukan hanya akses), membangun keberanian mengambil risiko (bukan hanya orientasi prestasi), serta memperkuat jaringan sosial dengan sesama pelaku usaha (bukan hanya mengandalkan dukungan keluarga). Pendekatan holistik seperti ini akan lebih efektif dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing dibandingkan dengan hanya fokus pada satu aspek tertentu.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berlandaskan temuan analisis data serta pembahasan yang sudah dilakukan pada Bab IV, bisa ditarik inti sari yakni:

1. Teknologi Digital berdampak kepada Keunggulan Bersaing pada UMK sektor makanan dan minuman di Kota Baru Driyorejo (KBD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat akses, intensitas, serta keberlanjutan pemanfaatan Teknologi Digital oleh pelaku usaha, maka semakin kuat pula posisi mereka dalam memenangkan persaingan di pasar. Adopsi Teknologi Digital terbukti bukan hanya membantu efisiensi operasional, tetapi juga dapat menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar dan menciptakan diferensiasi produk. Hipotesis pertama yang diajukan di penelitian ini dinyatakan diterima.
2. Kemampuan Wirausaha juga berdampak kepada Keunggulan Bersaing UMK. Keterampilan wirausaha yang mencakup inisiatif, sikap proaktif, orientasi pada prestasi, serta komitmen terhadap berbagai pihak mampu mendorong peningkatan daya saing usaha. Meskipun indikator keberanian mengambil risiko masih menjadi aspek yang tergolong rendah, secara keseluruhan Kemampuan Wirausaha yang baik akan membuat pelaku UMK lebih percaya diri dalam menciptakan inovasi produk, mengatur sumber daya secara efisien, serta merespons perubahan pasar dengan lebih cepat. Maka karenanya, hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.
3. Lingkungan Sosial memberikan berdampak yang paling besar pada Keunggulan Bersaing dibandingkan kedua variabel lainnya. Artinya, dukungan yang kuat dari lingkungan keluarga, ilmu yang diperoleh dari bangku pendidikan formal, serta hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar dan sesama pelaku usaha menjadi modal sosial yang sangat berperan dalam memperkuat posisi bersaing UMK. Lingkungan sosial yang kondusif membantu pelaku usaha dalam memperoleh informasi tentang peluang pasar, akses terhadap bahan baku yang lebih terjangkau, serta membangun loyalitas pelanggan secara alami. Berdasarkan capaian itu, hipotesis ketiga di penelitian ini diterima.
4. Secara simultan, ketiga variabel independen (Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, dan Lingkungan Sosial) berdampak pada Keunggulan Bersaing. Hasil ini membuktikan

bahwasanya Keunggulan Bersaing tidak semata-mata ditentukan oleh satu faktor saja, tetapi capaian dari gabungan yang saling melengkapi antara pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kemampuan wirausaha, dan penguatan lingkungan sosial. Walaupun masih ada beberapa faktor lain di luar penelitian yang juga mempengaruhi (seperti inovasi produk, akses permodalan, strategi pemasaran, atau kebijakan pemerintah), model penelitian ini tetap dinyatakan layak dan signifikan. Maka karenanya, hipotesis keempat yang diajukan di penelitian ini juga diterima.

Dengan demikian, seluruh hipotesis (H1, H2, H3, dan H4) pada penelitian ini diterima. Keunggulan Bersaing UMK di KBD dapat ditingkatkan secara holistik melalui optimalisasi Teknologi Digital, penguatan keterampilan wirausaha (terutama keberanian mengambil risiko dan inovasi), serta pembangunan jaringan sosial yang solid dengan keluarga, masyarakat, dan sesama pelaku usaha.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan, berikut sejumlah rekomendasi yang bisa diberi pada pihak-pihak yang berhubungan sebagai upaya dalam meningkatkan Keunggulan Bersaing pada para pelaku UMK di Kota Baru Driyorejo (KBD).

5.2.1 Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kota Baru Driyorejo (KBD)

1. Terkait dengan variabel Teknologi Digital. Temuan analisis memperlihatkan bahwasanya Teknologi Digital berdampak kepada Keunggulan Bersaing, namun indikator intensitas penggunaan masih tergolong rendah. Oleh karena itu, sebaiknya pelaku UMK disarankan untuk tidak hanya memiliki akses terhadap perangkat digital tetapi juga meningkatkan pemanfaatannya. Misalnya, memakai media sosial seperti Instagram, atau TikTok untuk mempromosikan produknya, melakukan live produk setiap hari atau di jadwalkan hari tertentu untuk kedepannya supaya konsisten dan dapat memaksimalkan penjualan, memanfaatkan marketplace seperti Shopee, GoFood, atau GrabFood sebagai saluran penjualan tambahan, serta menerapkan sistem pembayaran digital (QRIS, transfer bank) secara konsisten. Dengan cara ini, jangkauan pasar akan semakin luas, efisiensi operasional meningkat, dan pada akhirnya Keunggulan Bersaing dapat lebih optimal.
2. Terkait dengan variabel Kemampuan Wirausaha. Penelitian ini membuktikan bahwa Kemampuan Wirausaha berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing, tetapi aspek keberanian mengambil risiko masih menjadi titik lemah (rata-rata skor terendah). Untuk

itu, sebaiknya pelaku UMK didorong agar lebih berani untuk mencoba hal-hal baru, seperti menciptakan varian produk yang berbeda dari pesaing contohnya jika menjual produk olahan ayam seperi ayam geprek dan sebagainya, pelaku usaha bisa menambahkan varian inovasi baru seperti ayamnya dibakar jadi tidak monoton seperti ayam geprek pada umumnya dan bisa juga menambahkan varian sambal yang lebih beragam supaya menarik dan akhirnya membuat orang penasaran dan tertarik untuk mencoba membeli produknya, mengemas produk dengan desain yang lebih menarik contohnya tidak menggunakan seterofoam yang putih polos, pelaku usaha bisa mecoba membuat kemasan yang menarik seperti *custom pakcaging* atau bisa dengan menempel sticker merk di kemasan agar pelanggan bisa tahu produk tersebut dapat di beli dimana dan menjual apa saja. Keberanian ini sebaiknya diimbangi dengan perencanaan yang matang, misalnya melakukan percobaan dengan skala kecil terlebih dahulu sebelum memasarkan produk secara penuh. Selain itu, kemampuan manajerial seperti pencatatan keuangan yang rapi, pengelolaan stok barang yang teratur, serta perencanaan jadwal produksi yang sistematis juga perlu terus dilatih agar Kemampuan Wirausaha semakin matang dan berkontribusi maksimal terhadap Keunggulan Bersaing.

3. Terkait dengan variabel Lingkungan Sosial. Variabel ini terbukti mempunyai dampak paling besar pada Keunggulan Bersaing dibandingkan kedua variabel lainnya. Oleh sebab itu, sebaiknya pelaku UMK sangat disarankan untuk aktif membangun dan memperkuat jaringan sosial, baik dengan keluarga, masyarakat sekitar, maupun sesama pelaku usaha. Bentuk kegiatannya antara lain seperti bergabung dalam paguyuban atau komunitas wirausaha di tingkat desa atau kecamatan baik secara offline maupun online, agar dapat mengadakan diskusi rutin untuk berbagi informasi mengenai peluang pasar dan bahan baku murah, serta menjalin kerja sama atau promosi bersama. Lingkungan Sosial yang kondusif akan mempermudah terjadinya transfer pengetahuan yang sebelumnya tidak diketahui, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan loyalitas pelanggan yang pada gilirannya meningkatkan Keunggulan Bersaing secara alami.

5.2.2 Bagi Pemerintah Daerah (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gresik)

1. Pemerintah sebaiknya menyediakan pelatihan literasi digital yang praktis dan berkelanjutan, dengan fokus pada peningkatan intensitas penggunaan Teknologi Digital. Pelatihan ini dapat mencakup cara membuat konten promosi, mengelola toko online, serta

menggunakan aplikasi keuangan digital dan sistem pembayaran non-tunai. Pelatihan sebaiknya dilakukan secara berkala (misalnya setiap tiga bulan) dan melibatkan praktisi yang berpengalaman agar pelaku UMK benar-benar terampil dan paham akan keunggulan berwirausaha.

2. Untuk mendukung variabel Kemampuan Wirausaha, pemerintah dapat mengadakan pelatihan kewirausahaan yang menekankan pada inovasi, pengambilan keputusan, serta manajemen risiko. Selain itu, menyediakan akses bantuan permodalan ringan dengan persyaratan yang tidak memberatkan akan sangat membantu UMK yang ingin bereksperimen dengan produk baru atau memperluas usaha. Dana bergulir dengan bunga rendah atau subsidi bisa menjadi solusi untuk meningkatkan keberanian mengambil risiko para pelaku usaha.
3. Berkenaan dengan variabel Lingkungan Sosial, pemerintah daerah perlu memfasilitasi terbentuknya forum atau komunitas wirausaha di kawasan KBD. Forum ini dapat menjadi wadah kolaborasi, promosi bersama, dan pembelian bahan baku kolektif. Pemerintah juga bisa mengundang narasumber dari akademisi atau praktisi bisnis untuk memberikan pembinaan rutin, sehingga jaringan sosial antar pelaku usaha semakin kuat dan bermanfaat bagi peningkatan Keunggulan Bersaing.

5.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk peneliti yang akan datang disarankan guna mengembangkan lingkup lokasi penelitian, tidak sekadar terbatas di KBD, namun juga mencakup kawasan lain di Kabupaten Gresik atau bahkan lintas kabupaten, supaya hasil penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas.
2. Karena kontribusi ketiga variabel (Teknologi Digital, Kemampuan Wirausaha, Lingkungan Sosial) dalam penelitian ini baru mencapai 30,9%, maka bagi peneliti mendatang nanti bisa memasukkan variabel-variabel lain yang masih belum diteliti, misalnya inovasi produk, strategi pemasaran digital, akses permodalan, atau dukungan pemerintah. Hal ini penting agar dapat menjelaskan lebih banyak faktor yang mempengaruhi Keunggulan Bersaing.
3. Disarankan juga untuk menggunakan pendekatan lain, seperti kualitatif atau metode campuran (mixed method) supaya dapat mengkaji faktor lain secara lebih intensif alasan di balik rendahnya intensitas penggunaan Teknologi Digital dan kurangnya keberanian

mengambil risiko di kalangan UMK. Wawancara mendalam atau diskusi kelompok terarah akan memberikan pemahaman yang lebih banyak.

Skripsi Anang Jauhari

ORIGINALITY REPORT

18%	17%	9%	8%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	2%
2	aksiologi.org Internet Source	1%
3	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1%
5	repository.usni.ac.id Internet Source	1%
6	ejurnal.ung.ac.id Internet Source	<1%
7	www.coursehero.com Internet Source	<1%
8	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1%
9	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1%
10	repository.unissula.ac.id Internet Source	<1%
11	ejurnal.unikarta.ac.id Internet Source	<1%
12	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
13	docplayer.info Internet Source	<1%

14	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
15	scholar.ummetro.ac.id Internet Source	<1 %
16	elibrary.unikom.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
18	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1 %
19	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1 %
20	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
21	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	<1 %
22	repository.upiyptk.ac.id Internet Source	<1 %
23	Oktavinus Oktavinus, Sudirman Zaid, Hayat Yusuf. "PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DAN KINERJA PEMASARAN PENGOLAHAN RUMPUT LAUT DI WAKATOBI", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2020 Publication	<1 %
24	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
25	repositori.stiamak.ac.id Internet Source	<1 %
26	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	<1 %

27	core.ac.uk Internet Source	<1 %
28	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
29	Tasya Amelia Firnanda. "Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Point Coffee di Indomaret dengan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel Intervening", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
30	repository.pelitabangsa.ac.id:8080 Internet Source	<1 %
31	repository.unitomo.ac.id Internet Source	<1 %
32	repository.ut.ac.id Internet Source	<1 %
33	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
34	media.neliti.com Internet Source	<1 %
35	repository.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
36	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
37	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	<1 %
38	eprints.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
39	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
	repository.umsu.ac.id	

40	Internet Source	<1%
41	www.scribd.com Internet Source	<1%
42	Muhammad Satria Fadillah, Ardiprawiro. "PENGARUH Boikot Di Media Sosial, Citra Merek Dan Tingkat Kesadaran Konsumen Terhadap Minat Beli KFC", Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis, 2026 Publication	<1%
43	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1%
44	repo.stie-pembangunan.ac.id Internet Source	<1%
45	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
46	repository.upi.edu Internet Source	<1%
47	123dok.com Internet Source	<1%
48	Indah Permata Sari, Kabib Sholeh, Sri Wahyuningsih. "PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA YOUTUBE TERHADAP MOTIVASI BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN IPAS DI SD NEGERI 137 PALEMBANG", JURNAL PENDIDIKAN DASAR PERKHASA: Jurnal Penelitian Pendidikan Dasar, 2026 Publication	<1%
49	repository.uir.ac.id Internet Source	<1%
50	repository.unmas.ac.id Internet Source	<1%

51	Submitted to STIE Ekuitas Student Paper	<1%
52	Submitted to UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Student Paper	<1%
53	adoc.pub Internet Source	<1%
54	DEDEK JAJAD KURNIAWAN. "PENGARUH MODAL KERJA TERHADAP LABA BERSIH WIRAUSAHA PADA WARUNG KULINER KERANG DEKAJE KABUPATEN LAMPUNG TIMUR", FIDUSIA : JURNAL KEUANGAN DAN PERBANKAN, 2018 Publication	<1%
55	Ikha Yuliati. "Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika Ditinjau Dari Minat Belajar Peserta Didik", Jurnal Cendekia : Jurnal Pendidikan Matematika, 2021 Publication	<1%
56	Submitted to Universitas Negeri Malang Student Paper	<1%
57	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper	<1%
58	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1%
59	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1%
60	Suci Wahyuliza, Ronia Tambunan. "Penyusunan Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM pada UMKM Berpotensial di Kabupaten Bintan Kepulauan Riau", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia, 2024	<1%

	Publication	
61	ejournals.stiedharmaputra-smg.ac.id Internet Source	<1 %
62	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1 %
63	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
64	repository.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
65	journal.ikopin.ac.id Internet Source	<1 %
66	jurnal.buddhidharma.ac.id Internet Source	<1 %
67	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
68	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1 %
69	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
70	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
71	Indirwan Indirwan, Waode Suarni, Dodi Priyatmo. "Pentingnya Self-Efficacy terhadap Prestasi Belajar Matematika", Jurnal Sublimapsi, 2021 Publication	<1 %
72	eprints.stiebankbpdjateng.ac.id Internet Source	<1 %
73	eprints.uwp.ac.id Internet Source	<1 %
74	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %

75	kartartwins.blogspot.com Internet Source	<1%
76	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	<1%
77	repository.unupurwokerto.ac.id Internet Source	<1%
78	sipora.polije.ac.id Internet Source	<1%
79	stp-mataram.e-journal.id Internet Source	<1%
80	Misri Ikhwani, Anna Wulandari, Billy Yosef Anis. "Peran Adaptabilitas Lingkungan dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan", EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 2022 Publication	<1%
81	Muhammad IQBAL. "Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh)", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2021 Publication	<1%
82	Novianto Puji Raharjo, Bagus Winarko. "Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks", Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 2021 Publication	<1%
83	Windy Tamara Ayu, Dedy Kusnadi, Wahyu Trisnasari. "Adoption Of The Use Of Refugia Plants As Integrated Pest Control For Chili Farmers In Cilawu District, Garut Regency",	<1%

	Jurnal Agroqua: Media Informasi Agronomi dan Budidaya Perairan, 2021 Publication	
84	diankristiana-beautifull.blogspot.com Internet Source	<1 %
85	eprints.pancabudi.ac.id Internet Source	<1 %
86	eprints.unisnu.ac.id Internet Source	<1 %
87	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
88	fe-akuntansi.unila.ac.id Internet Source	<1 %
89	fr.scribd.com Internet Source	<1 %
90	jurnal.eraliterasi.com Internet Source	<1 %
91	library.um.ac.id Internet Source	<1 %
92	mediasionline.com Internet Source	<1 %
93	nuranikeadilan.blogspot.com Internet Source	<1 %
94	repository.eka-prasetya.ac.id Internet Source	<1 %
95	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
96	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
97	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1 %

98	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
99	repository.uwp.ac.id Internet Source	<1 %
100	tempatberitamall.blogspot.com Internet Source	<1 %
101	www.diskusiskripsi.com Internet Source	<1 %
102	Fairuz Tito Milzam, Rr. Hawik Ervina Indiworo Indiworo, Rita Meiriyanti. "Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja, Kecerdasan Emosional, Dukungan Sosial terhadap Kinerja Pegawai (Studi Kasus Pegawai Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pemalang)", Journal of Finance and Business Digital, 2022 Publication	<1 %
103	Adella Rizqa Cahyana, Istiono Istiono. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Motivasi Keuangan, dan Uang Saku Terhadap Penggunaan Buy Now Pay Later Pada Mahasiswa Generasi Z di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
104	Ahmad Riatna Sandika, Sari Marliani, July Yuliawati. "PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KEPUASAN PEGAWAI BAPPEDA KABUPATEN KARAWANG", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2025 Publication	<1 %
105	Anggun Azhari, Agustin HP, Nurshadrina Kartika Sari. "PENGARUH RASIO	<1 %

PROFITABILITAS, RASIO AKTIVITAS, INVESTMENT OPPORTUNITY SET, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2017-2021", RISTANSI: Riset Akuntansi, 2024
Publication

106 Lia Nur Safitri, Khy'sh Nusri Leapatra Chamalinda. "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Sumber Daya Manusia dan Dukungan Pemerintah Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kabupaten Gresik", Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi), 2024 <1%
Publication

107 Yuliana Henny Tamara Purba. "Evaluasi Kinerja Pegawai Melalui Pendekatan Balanced Scorecard (Studi Pada Sekretariat Jenderal DPR RI)", Jurnal Pendidikan Tambusai, 2026 <1%
Publication

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		