FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI USAHA KECIL MENENGAH DALAM MENERAPKAN STANDAR SECARA KONSISTEN

The Factors are Affecting Small and Medium Enterprises on Applying Standards Consistently

Danar A. Susanto, Febrian Isharyadi dan Novin Aliyah

Pusat Penelitian dan Pengembangan Standardisasi, Badan Standardisasi Nasional
Gedung BPPT I, Lantai 13, Jl. M. H. Thamrin No. 8, Kebon Sirih, Jakarta Pusat, 10340, DKI Jakarta, Indonesia
E-mail: danar@bsn.go.id

Diterima: 3 Mei 2016, Direvisi: 1 Juli 2016, Disetujui: 18 Juli 2016

Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian negara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2000, sumbangan UKM dalam output nasional (*Product Domestic Regional Bruto*) sebesar 56,7 % dan ekspor non migas 15 %. Disamping itu, UKM memberi kontribusi sekitar 99% pada jumlah badan usaha dan menyerap 99,6% jumlah tenaga kerja di Indonesia. Peranan UKM dalam perekonomian bangsa harus terus ditingkatkan melalui peningkatan daya saing produk dengan penerapan standar. Penerapan standar memberikan manfaat positif bagi UKM. Hal ini dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014 bahwa pelaku usaha mikro dan kecil diberikan pembinaan paling sedikit berupa fasilitas pembiayaan dan pemeliharaan sertifikasi. Namun, bantuan pemerintah yang kurang efektif dan efisien karena tidak tepat sasaran menyebabkan ketergantungan masyarakat terhadap bantuan tersebut. Upaya menjaga efektivitas pembinaan dalam fasilitasi pembiayaan dan pemeliharaan sertifikasi perlu dilakukan, diantaranya melalui penelitian untuk mengetahui kriteria UKM yang mampu menerapkan standar secara konsisten. UKM yang digunakan dalam penelitian ini telah menerapkan standar yang dipilih dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh melalui metode wawancara memakai kuesioner. Metode analisis yang digunakan uji chi square. Hasil penelitian menunjukkan 4 variabel dari 6 variabel independent berpengaruh signifikan terhadap konsistensi UKM dalam menerapkan standar yaitu nilai penjualan, komitmen UKM, inovasi, dan permintaan konsumen. Variabel tipe UKM dan bantuan pemerintah tidak signifikan berpengaruh terhadap penerapan standar secara konsisten.

Kata Kunci: UKM, sertifikasi, penerapan standar, konsisten.

Abstract

The Small and Medium Enterprises is one important part of the country economy. Based on data of BPS Statistic Indonesia in 2000, the contribution of SMEs in national output (Product Domestic Regional Bruto) amounted 56.7 % and 15% in the non oil-gas exports. Beside that SMEs contribute around 99% on business entities and absorption 99.6% on Indonesia labour amount. The role of SMEs in the national economy should be improved by increasing the products competitiveness with standard implementation. The standard implementation provides positive benefits for SMEs. It declared on Act Number 20 of 2014 that the micro and small businessmen given guidance at least for certification financing facility and maintenance. However, Government aids were less effective and efficient because not on target cause people's reliance on the aids. The efforts kept to guidance effectiveness on certification financing facilitation and maintenance is necessary to do, including through the research to determine the criteria for SMEs whom able to apply the standards consistently. The SMEs were taking in this study had implemented standard where chosen with purposive sampling method. The data taken through interview method used questionnaires. The analytical method used chi-square test. The research result showed 4 variables from 6 independent variables took effect significant with SMEs consistency on standard implementation i.e. sales value, SMEs commitment, innovation, and consumer demand. the SMEs types and government aids variables not significant took effect with standards implementation consistently.

Keywords: SMEs, certification, standard implementation, consistent.

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu usaha yang sudah teruji daya tahannya pada krisis multi dimensional di dunia

(Souza-Poza, Altinkilinc, & Searcy, 2009) termasuk di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang sangat signifikan ternyata tidak lepas dari peran UKM yang menopang pertumbuhan ekspor dan impor.

Peran UKM yang begitu besar dan signifikan harus terus dijaga dan dikembangkan untuk dapat bersaing pada era persaingan global (Meliala, Matondang & Sari, 2014). Oleh karena itu, UKM perlu dikembangkan dengan tujuan meningkatkan pendapatan pengusaha dan mengatasi pengangguran. Ketatnya persaingan yang dihadapi produk ekspor Indonesia termasuk produk UKM diperlukan langkah-langkah strategis, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Langkah-langkah strategis jangka panjang tersebut diarahkan untuk mengembangkan sumber daya manusia, teknologi dan jaringan bisnis secara global, sedangkan langkah-langkah strategis jangka pendek diantaranya melakukan diversifikasi produk, menjalin kerjasama dengan pemerintah dan perusahaan besar, produksi, memperkuat akses ke sumber-sumber informasi, dan perbaikan mutu (Hafsah, 2015). Menurut Meliala dkk., (2014) salah satu langkah yang harus dilakukan UKM untuk meningkatkan daya saing dan memenangkan persaingan dalam perdagangan adalah menjaga kualitas produk secara konsisten.

Kualitas suatu produk atau jasa menjadi salah satu aspek strategis yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UKM di Indonesia. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk adalah dengan penerapan standar. Penerapan standar pada UKM mampu memberikan manfaat yang cukup besar baik secara finansial ataupun non finansial (Bayati & Taghavi, 2007; Huarng, Horng & Chen, 1999; Prajogo & Brown, 2006; Demirbag, Tatoglu, Tekinkus & Zaim, 2006; Samat, Ramayah & Yusoff, 2009; Srivastav, 2010; Psomas, Pantouvakis & Kafetzopoulos, 2013; Gotzamani, 2004; Rinawati, Susanty & Sari, 2015). Manfaat yang diperoleh diantaranya peningkatan produktivitas, penurunan persentase cacat produksi, tingkat persediaan, penurunan biaya perilaku dan moral pekerja, serta peningkatan kepercayaan konsumen. Penerapan standar yang mampu memberikan manfaat bagi konsumen yaitu memudahkan konsumen dalam memilih produk. Menurut hasil penelitian *International Organization for Standardization* (ISO), salah satu manfaat penerapan standar adalah membantu peningkatan kualitas barang dan jasa (ISO, 2014).

Berdasarkan manfaat tersebut, UKM dianjurkan dapat menerapkan standar pada kegiatannya. Namun, berbagai macam kendala dihadapi oleh UKM dalam menerapkan standar (Rodríguez-Escobar, Gonzalez-Benito & Martínez-Lorente, 2006) yaitu kurangnya pengetahuan, kurangnya sumberdaya (Karipidis,

Athanassiadis, Aggelopoulos, & Giompliakis, 2009 dan Poksinska, Eklund & Dahlgaard, 2006), rendahnya kesadaran pengusaha, beban biaya pengujian sertifikasi yang terlalu mahal, serta minimnya kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap aspek-aspek kesehatan, keselamatan dan lingkungan pada suatu produk yang menjadi persoalan (Sulisto, 2016).

Melihat kendala yang dialami UKM tersebut, maka sesuai dengan UU nomor 20 tahun 2014, terhadap pelaku usaha mikro dan kecil diberikan pembinaan paling sedikit berupa fasilitas pembiayaan dan pemeliharaan sertifikasi. Bantuan pemerintah yang diberikan kepada UKM ini perlu direncanakan, dimonitoring dan dievaluasi agar efektif dan efisien serta tepat sasaran. Upaya menjaga efektifitas pembinaan yang berupa fasilitasi pembiayaan dan pemeliharaan sertifikasi perlu dilakukan untuk mengetahui UKM seperti apa yang layak diberikan bantuan oleh pemerintah sehingga mampu menerapkan standar secara konsisten dari variabel-variabel yang mempengaruhinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang harus dimiliki UKM yang dapat menerapkan standar secara konsisten sehingga layak mendapatkan bantuan pemerintah berupa sertifikasi dan pemeliharaan sertifikasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Kecil dan Menengah

Menurut perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu:

- Livelihood activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
- Micro enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- Small dynamic enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor
- Fast moving enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (Rahmana, 2008).

Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, usaha mikro, kecil dan menengah dibedakan sesuai kriteria berikut:

Tabel 1 Kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah.

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Asset	Omset
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Menengah	> 500 juta – 10 milyar	> 2,5 – 50 milyar

Sumber: Sekretariat Negara Republik Indonesia (2008).

2.2 Penerapan Standar

Standardisasi adalah proses merencanakan, merumuskan, menetapkan, menerapkan, memberlakukan, memelihara, dan mengawasi standar yang dilaksanakan secara tertib dan bekerja sama dengan semua pemangku kepentingan (Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2014). Penerapan standar dilakukan dengan cara menerapkan persyaratan terhadap barang, jasa, sistem, proses, atau personal.

Penerapan standar dilaksanakan secara sukarela atau dapat diberlakukan secara wajib. Penerapan standar pada UKM memberikan kontribusi yang positif yaitu:

- Membantu peningkatan kualitas barang dan jasa.
- Membantu pertumbuhan, mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan bisnis.
- Membuat bisnis memiliki keunggulan kompetitif.
- Membuka pasar ekspor bagi produk dan jasa.
- Membukakan pintu bagi pelanggan baru dan memperkuat bisnis yang sedang berjalan.
- Membantu berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan besar.
- Meningkatkan kredibilitas dan menjaga kepercayaan pelanggan.
- Mempertajam proses bisnis dan meningkatkan efisiensi.
- Memperkuat daerah pemasaran.
- Membantu mematuhi aturan (*International Organization for Standardization*, 2014).

2.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi Penerapan Standar

Menurut Langenberg dan Indarti (2004), UKM Indonesia umumnya dikelola secara tradisional dalam produksi dan pemasaran sehingga

penelitian ini lebih melihat faktor-faktor tradisional berikut:

a. Tipe UKM

Tipe UKM dibedakan berdasarkan kriteria menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yaitu usaha kecil dan usaha menengah. Tipe UKM digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan antara tipe usaha kecil dan usaha menengah terhadap penerapan standar secara konsisten. Asal usul perusahaan, lamanya perusahaan tersebut telah beroperasi, ukuran perusahaan, dan sumber pendanaannya dikategorikan sebagai faktor karakteristik dari UKM (Langenberg & Indarti, 2004 dan Storey, 1994).

b. Komitmen UKM

Sikap atau perilaku anggota organisasi pada umumnya dipengaruhi sistem nilai yang dianut dalam organisasi dan dipengaruhi oleh perilaku pimpinannya (Stephen P. Robbins & Judge, 2009). Dimensi komitmen pimpinan yang dikemukakan Sangadji (2009) yaitu:

- Komitmen efektif, yaitu tingkat seberapa jauh seorang pimpinan secara emosi terikat, mengenal dan terlibat dalam organisasi.
- Komitmen berkelanjutan, yaitu suatu penilaian terhadap biaya yang terkait dengan meninggalkan organisasi.
- Komitmen normatif merujuk kepada tingkat seberapa jauh seseorang secara *psychology* terkait menjadi bagian dari organisasi yang didasarkan pada perasaan seperti kesetiaan, afeksi, kepemilikan, kebanggaan dan lain-lain.

c. Permintaan Konsumen

Produk dengan berbagai jenis membanjir di pasar dalam perdagangan bebas. Konsumen memiliki banyak alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Perusahaan dituntut untuk mampu merumuskan dan menciptakan suatu strategi bersaing yang tepat untuk dapat mengalahkan rivalnya dalam berkompetisi. Hanya perusahaan yang memiliki daya saing strategis berkelanjutan yang akan menang dalam persaingan. Kualitas produk yang tinggi merupakan salah satu dari lima keunggulan kompetitif yang dapat dipergunakan untuk unggul dalam persaingan bisnis. Kualitas produk yang tinggi dapat dipergunakan sebagai senjata ampuh untuk menang dalam persaingan. Produk dikatakan berkualitas apabila dapat memenuhi kebutuhan dan melebihi harapan konsumen, serta memenuhi dimensi kualitas dari segi performa (*performance*), keistimewaan (*features*), keandalan (*reliability*), konformasi (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan pelayanan (*service ability*), estetika

(*aesthetics*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Dimensi kualitas untuk jasa dapat diukur dari bukti langsung (*tangibles*), empati (*empaty*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Dampak yang ditimbulkan dengan kualitas produk yang tinggi adalah produk tetap diminati konsumen sehingga tetap eksis di pasaran. Apabila kualitas produk yang dihasilkannya jelek, maka akan timbul reaksi terbuka maupun tertutup dari konsumen. Konsumen akan secara langsung mengetahui bahwa perusahaan yang menghasilkannya tidak baik pula.

d. Bantuan Pemerintah

Menurut Manning & Effendi (1991) sektor UKM adalah bagian dari sistem ekonomi kota dan desa yang belum mendapatkan bantuan ekonomi dari pemerintah atau belum mampu menggunakan bantuan yang telah disediakan atau telah menerima bantuan tetapi belum sanggup dikembangkan. Bantuan pemerintah digunakan sebagai faktor untuk menduga apakah mempunyai peranan dalam penerapan standar oleh UKM secara konsisten.

e. Inovasi

Thompson (1965) mendefinisikan inovasi sebagai pembangkit, penerimaan dan penerapan ide baru, proses, produk atau jasa. Menurut Samir & Larso (2011) aspek inovasi mencakup empat bagian yaitu produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Aspek inovasi yang diukur oleh peneliti mencakup salah satu atau semua aspek dari produk, proses, organisasi, dan pemasaran.

f. Nilai Penjualan

Tujuan perusahaan pada umumnya memaksimalkan nilai perusahaan (*firm value*). Nilai penjualan perusahaan yang tinggi menjadi cerminan positif atas kinerja perusahaan sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Sugihen (2003) meneliti kaitan pertumbuhan penjualan sebagai proksi produktivitas aktiva terhadap kinerja keuangan, ditemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur dari profitabilitas.

2.4 Uji Chi Square

Uji *Chi-Square* disebut dengan Kai Kuadrat. Uji *chi-square* adalah salah satu uji statistik nonparametrik (distribusi yang besaran-besaran populasinya tidak diketahui) yang sering digunakan dalam penelitian dengan dua variabel. Data kedua variabel dihitung menggunakan uji tersebut karena merupakan data yang memiliki skala nominal atau untuk menguji perbedaan

dua atau lebih proporsi sampel. Uji *Chi-Square* diterapkan pada kasus yang akan diuji memiliki frekuensi yang akan diamati (data observasi) untuk membuktikan atau menunjukkan adanya perbedaan secara nyata atau frekuensinya tidak diharapkan. *Chi-Square* adalah teknik analisis yang digunakan untuk menentukan perbedaan frekuensi observasi (O_i) dengan frekuensi ekspektasi atau frekuensi harapan (E_i) suatu kategori tertentu yang dihasilkan. Uji ini dapat dilakukan pada data diskrit atau frekuensi.

3. METODE PENELITIAN

Metode pengambilan data dalam penelitian ini melalui wawancara menggunakan kuesioner yang terstruktur pada UKM penerap SNI. Data populasi UKM penerap standar (SNI) yang digunakan adalah data populasi UKM yang mendapatkan fasilitasi penerapan standar oleh Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2007-2013 dan data peserta SNI *Award* dari Pusat Sistem Penerapan Standar (PSPS-BSN) tahun 2009-2014, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel harus mengandung dua kriteria yaitu cermat (*accuracy*) dan tepat (*precession*). Menurut pendapat Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham (2006), Ferdinand (2006) dan Ghozali (2004) untuk menguji sampel terhadap parameter pengujian diperlukan jumlah sampel minimal 5 kali variabel bebas/indikator, sehingga minimal diperlukan jumlah sampel 30 responden. Variabel bebas/indikator yang digunakan dalam penelitian ini ada 6 sehingga minimal jumlah sampel adalah 30 responden.

Sampel yang dipilih untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini adalah *entrepreneur* (pemilik atau manajer) UKM penerap standar, karena berdasarkan observasi, *entrepreneur* (pemilik atau manajer) UKM penerap standar merupakan subjek penelitian yang memahami bagaimana usaha dijalankan. Variabel penelitian meliputi enam variabel bebas yaitu jenis UKM (X1), komitmen UKM (X2), bantuan pemerintah (X3), keinginan konsumen (X4), inovasi produk (X5), jumlah produksi (jumlah pelanggan/penjualan) (X6) dan penerapan standar secara konsisten (Y). Penelitian ini akan melihat hubungan antara UKM penerap standar dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif dipakai untuk memperoleh gambaran langsung dari UKM dalam menerapkan standar. Fokus penelitian kuantitatif diidentifikasi sebagai proses kerja yang

berlangsung secara ringkas, terbatas dan memilah-milah permasalahan menjadi bagian yang dapat diukur atau dinyatakan dalam angka-angka. Penelitian ini dilaksanakan untuk menjelaskan, menguji hubungan antar variabel, menentukan kausalitas dari variabel, menguji teori dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif (Samir & Larso, 2011). Metode deskriptif kuantitatif didasarkan pada penggunaan uji *Chi Square* dalam menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi UKM dalam menerapkan standar secara konsisten. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian berupa model konseptual yang menggambarkan hubungan antar konstruk penerapan standar secara konsisten dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan standar secara konsisten.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang dikirimkan kepada UKM di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Semarang, Bali, Kudus dan Padang, yang diisi lengkap dan dapat memenuhi syarat untuk diolah adalah 39 kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada UKM yang mendapatkan fasilitasi penerapan standar oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2007-2013 dan data peserta SNI *Award* dari PSPS - BSN tahun 2009-2014. Berdasarkan penjelasan yang dijabarkan dalam metodologi penelitian, seluruh item pengukuran menggunakan skala 0-1 sesuai dengan Tabel 2.

Data hasil wawancara dengan kuesioner kemudian dikuantifikasikan dengan Tabel 2, sehingga diperoleh data kuantifikasi. Data tersebut dianalisis dengan uji *Chi-Square* menggunakan program SPSS. Pengujian *Chi-Square* dilakukan dengan menguji masing-

masing variabel penelitian berupa enam variabel bebas yaitu jenis UKM (X1), komitmen UKM (X2), bantuan pemerintah (X3), keinginan konsumen (X4), inovasi produk (X5), jumlah produksi (jumlah pelanggan/penjualan) (X6) dengan penerapan standar secara konsisten (Y). Penelitian ini akan melihat hubungan antara UKM penerap standar dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil uji *Chi-Square* disajikan pada Tabel 3 sampai dengan Tabel 8.

Tabel 2 Skala kuantifikasi data kuesioner.

No	Variabel	Skala	Kategori
1.	Penerapan SNI secara konsisten	1	Bisa
		0	Tidak
2.	Jenis UKM	1	Menengah
		0	Kecil
3.	Komitmen UKM	1	Ada
		0	Tidak
4.	Bantuan Pemerintah	1	Tidak
		0	Ada
5.	Keinginan konsumen	1	Ada
		0	Tidak
6.	Inovasi produk	1	Ada
		0	tidak
7.	jumlah produksi/ jumlah pelanggan/ penjualan	1	Meningkat
		0	Stabil/ Menurun

Tabel 3 Uji *Chi-Square* antara tipe UKM dengan penerapan standar secara konsisten.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (1-sided)
Pearson Chi- Square	2,394 ^a	1	,122		
Continuity Correction^b	1,286	1	,257		
Likelihood Ratio	2,727	1	,099		
Fisher's Exact Test				,218	,127
Linear-by-Linear Association	2,333	1	,127		
N of Valid Cases	39	1			

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,87.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 4 Uji *Chi-Square* antara komitmen UKM dengan penerapan standar secara konsisten.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (1-sided)
Pearson Chi- Square	14,278 ^a	1	,000		
Continuity Correction^b	11,441	1	,001		
Likelihood Ratio	14,617	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	13,912	1	,000		
N of Valid Cases	39				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,23.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 5 Uji *Chi-Square* antara permintaan konsumen dengan penerapan standar secara konsisten.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (1-sided)
Pearson Chi- Square	6,884 ^a	1	,009		
Continuity Correction^b	5,231	1	,022		
Likelihood Ratio	7,023	1	,008		
Fisher's Exact Test				,017	,011
Linear-by-Linear Association	6,707	1	,010		
N of Valid Cases	39				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,23.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 6 Uji *Chi-Square* antara bantuan pemerintah dengan penerapan standar secara konsisten.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (1-sided)
Pearson Chi- Square	3,792 ^a	1	,052		
Continuity Correction^b	2,514	1	,113		
Likelihood Ratio	3,717	1	,054		
Fisher's Exact Test				,075	,058
Linear-by-Linear Association	3,694	1	,055		
N of Valid Cases	39				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,31.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 7 Uji *chi-square* antara inovasi dengan penerapan standar secara konsisten.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (1-sided)
Pearson Chi- Square	9,201 ^a	1	,002		
Continuity Correction^b	6,752	1	,009		
Likelihood Ratio	9,189	1	,002		
Fisher's Exact Test				,005	,005
Linear-by-Linear Association	8,965	1	,003		
N of Valid Cases	39				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,23.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabel 8 Uji *Chi-Square* antara nilai penjualan dengan penerapan standar secara konsisten.

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (2-sided)	Exact. Sig. (1-sided)
Pearson Chi- Square	30,952 ^a	1	,000		
Continuity Correction^b	27,059	1	,000		
Likelihood Ratio	36,662	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	30,159	1	,000		
N of Valid Cases	39				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,31.

b. Computed only for a 2x2 table

Hasil uji *chi-square* antar masing-masing variabel bebas (X) dengan variabel tergantung

(Y) direkap sehingga diperoleh data sesuai Tabel 9 berikut:

Tabel 9 Rekap data hasil analisis uji *Chi-Square*.

No	Variabel	Value	Asymp. Sig. (2-sided)	Kesimpulan
1.	Skala usaha	2,394	0,218	Tidak berpengaruh
2.	Komitmen UKM	14,278	0,000	Berpengaruh
3.	Permintaan konsumen	6,884	0,009	Berpengaruh
4.	Bantuan pemerintah	3,792	0,075	Tidak berpengaruh
5.	Inovasi	9,201	0,005	Berpengaruh
6.	Nilai penjualan	30,952	0,000	Berpengaruh

Faktor komitmen UKM, permintaan konsumen, inovasi dan nilai penjualan berpengaruh signifikan terhadap penerapan standar secara konsisten karena mempunyai *Asymp. Sig. (2-sided)* kurang dari 0,05. Skala usaha dan bantuan pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap penerapan standar secara konsisten karena mempunyai *Asymp. Sig. (2-sided)* lebih besar dari 0,05. Masing-masing UKM secara umum memiliki motivasi berbeda dalam menerapkan standar (Iñaki, Landín, & Fa, 2006). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh berturut-turut adalah nilai penjualan (30,952), komitmen UKM (14,278), inovasi (9,201) dan permintaan konsumen (6,884). Faktor nilai penjualan berpengaruh terbesar karena ketika penerapan standar memberi *benefit* positif berupa hasil nilai penjualan naik, maka perusahaan akan menerapkan secara konsisten dan terus menerus. Nilai penjualan perusahaan yang tinggi dan cenderung menaik (tren positif) menjadi cerminan positif atas kinerja suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai proksi produktivitas aktif terhadap kinerja keuangan. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diukur dari profitabilitas.

Pada saat UKM memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada sebelumnya diperlukan suatu komitmen dari pengusaha sebagai pihak manajemen. Hal itu dikarenakan komitmen manajemen UKM sangat menentukan arah dan kelangsungan hidup dari UKM itu sendiri. Menurut beberapa pendapat, komitmen manajemen merupakan faktor kritis bagi suatu usaha termasuk UKM dalam menerapkan standar (Poksinska et.al., 2006; Rubio-Andrada,

Alonso-Almeida, & Rodríguez-Antón, 2011; Kumar, 2007; dan Valmohammadi, 2011). Komitmen dan keterlibatan pengusaha UKM sebagai pimpinan akan mampu menentukan kebijakan dan perencanaan, memaksimalkan semua sumber daya, dan menyediakan kebutuhan sumber daya berupa tenaga kerja, sarana prasarana dan biaya dalam menerapkan standar, termasuk keterlibatan dan peningkatan kompetensi karyawan untuk memperoleh hasil yang lebih baik (Psomas, Fotopoulos, & Kafetzopoulos, 2010; Brown, van der Wiele & Loughton, 1998; dan Tannock, Krasachol, & Ruangpermpool, 2002).

Komitmen UKM harus pula mengakomodasi permintaan konsumen sebagai *end user* dari produk yang dihasilkan. Permintaan konsumen akan jaminan kualitas menjadi faktor yang berpengaruh dan menjadi tuntutan bagi UKM (Brown et.al., 1998; dan Sachdeva, Bhardwaj, & Sharma, 2007). Pada jaminan kualitas yang diinginkan konsumen, UKM dituntut untuk mampu merumuskan dan menciptakan suatu strategi bersaing yang tepat untuk dapat berkompetisi. Hanya perusahaan yang memiliki daya saing strategis berkelanjutan yang akan menang dalam persaingan. Kualitas produk yang tinggi merupakan salah satu dari lima keunggulan kompetitif yang dapat dipergunakan dalam persaingan bisnis. Kualitas produk yang tinggi dapat dipergunakan sebagai senjata ampuh untuk menang dalam persaingan. Apabila kualitas produk yang dihasilkannya jelek, maka akan timbul reaksi terbuka dan tertutup dari konsumen yang akan secara langsung mengetahui bahwa perusahaan yang menghasilkan tidak baik.

Memenuhi permintaan konsumen memerlukan inovasi yang berkesinambungan

dari suatu UKM. Inovasi dalam proses produksi ataupun pada produk itu sendiri (Bewoor & Pawar, 2010). Inovasi berkaitan erat dengan hukum *life cycle* produk. Pada saat perusahaan tidak melakukan inovasi maka tidak dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor. Inovasi menjadi faktor yang berpengaruh terakhir pada rangkaian akhir dalam penerapan standar secara konsisten oleh UKM. Ketika UKM mendapatkan manfaat dari penerapan standar, kemudian didukung oleh komitmen pemilik UKM yang kuat dan adanya permintaan konsumen akan jaminan kualitas, maka rangkaian akhir dalam *puzzle* ini adalah inovasi, agar UKM dapat bertahan dan bersaing dalam kancah perekonomian nasional dan global.

Faktor skala usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap penerapan standar secara konsisten oleh UKM karena berdasarkan hasil penelitian, tidak terjadi perbedaan yang berarti antara usaha kecil dan usaha menengah dalam menerapkan standar secara konsisten. Hal ini berarti lembaga yang memberikan insentif berupa fasilitasi pembiayaan sertifikasi dan pemeliharaan sertifikasi pada UKM tidak perlu membedakan antara usaha kecil dan usaha menengah dalam memberikan fasilitasi tersebut.

Bantuan pemerintah pun tidak berpengaruh signifikan terhadap penerapan standar secara konsisten oleh UKM, karena berdasarkan hasil penelitian, tidak terjadi perbedaan yang berarti antara ada dan tidak adanya bantuan dari pemerintah dalam menerapkan standar secara konsisten. Hal ini dapat dianalisa bahwa pemerintah meskipun memberikan bantuan terhadap UKM dalam penerapan standar, tidak menjamin menjadikan UKM tersebut akan menerapkan standar secara konsisten (terus menerus) apabila tidak mempertimbangkan 4 variabel yang berpengaruh sebelumnya, yaitu peningkatan nilai penjualan, komitmen pemilik UKM, inovasi dan permintaan konsumen.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan dalam penerapan standar oleh UKM terdapat 4 variabel signifikan yang memengaruhi konsistensi dalam menerapkan standar, yaitu nilai penjualan, komitmen UKM, inovasi dan permintaan konsumen. Nilai penjualan yang meningkat karena penerapan standar, akan memacu UKM menerapkan standar secara konsisten. Komitmen pemilik UKM dan inovasi diperlukan untuk menjaga kelangsungan penerapan standar dan roda ekonomi UKM itu sendiri. Permintaan konsumen akan jaminan kualitas produk membuat batasan daya saing produk

UKM sehingga menyebabkan hanya produk yang memenuhi harapan konsumen yang dapat diterima. Pada era perdagangan bebas, produk dengan berbagai jenis membanjir di pasar. Konsumen memiliki banyak alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Hanya UKM yang memiliki daya saing strategis berkelanjutan yang akan menang dalam persaingan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengembangan Standardisasi – Badan Standardisasi Nasional yang telah membiayai penelitian ini melalui APBN Tahun 2015, anggota tim peneliti dan pihak-pihak yang mendukung penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayati, A. & Taghavi, A. (2007). The impacts of acquiring ISO 9000 certification on the performance of SMEs in Tehran. *The TQM Magazine*, 19, 2, 140-149.
- Bewoor, A. K. & Pawar, M. S. (2010). An empirical study of the motives and benefits of QMS/ISO implementation among Indian SMEs. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 6, 3, 379.
- Brown, A., van der Wiele, T. & Loughton, K. (1998). Smaller enterprises' experiences with ISO 9000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 15, 3, 273-285.
- Demirbag, M., Tatoglu, E., Tekinkus, M. & Zaim, S. (2006). An analysis of the relationship between TQM implementation and organizational performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 17, 6, 829-847.
- Ferdinand, A. (2006). Metode penelitian manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2004). Model persamaan struktural: konsep dan aplikasi dengan program AMOS versi 5.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gotzamani, K. (2004). A thorough analysis of ISO 9000 contribution to small and medium size enterprises: a comparison with large enterprises. *International Journal of Management Practice*, 1, 1, 41.
- Hafsah, M. J. (2004). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM). *INFOKOP*, 12, 25.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis. 6 ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Huang, F., Horng, C., & Chen, C. (1999). A study of ISO 9000 process, motivation and performance. *Total Quality Management*, 10, 7, 1009-1025.
- Iñaki, H. S., Landín, G. A. & Fa, M. C. (2006). A Delphi Study on motivation for ISO 9000 and EFQM. *International Journal of Quality Reliability Management*, 23, 7, 807-827.
- ISO. (2014). 10 Good Things for SMEs. Geneva: ISO Central Secretariat.
- Karipidis, P., Athanassiadis, K., Aggelopoulos, S., & Giomplakis, E. (2009). Factors affecting the adoption of quality assurance systems in small food enterprises. *Food Control*, 20, 2, 93-98.
- Kumar, M. (2007). Critical success factors and hurdles to Six Sigma implementation: the case of a UK manufacturing SME. *International Journal of Six Sigma and Competitive Advantage*, 3, 4, 333.
- Langenberg, M. & Indarti, N. (2004). Proceeding of the second bi-annual Europe Summer University. Enschede: University of Twente.
- Manning, C. & Effendi, T. N. (1991). Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota. Jakarta: Gramedia.
- Meliala, A. S., Matondang, N. & Sari, R. M. (2014). Strategi peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis Kaizen. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 13, 2, 641-664.
- Poksinska, B., Eklund, J. A. E., & Dahlgaard, J. J. (2006). ISO 9001:2000 in small organisations. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 23, 5, 490-512.
- Prajogo, D. I., & Brown, A. (2006). Approaches to adopting quality in SMEs and the impact on quality management practices and performance. *Total Quality Management and Business Excellence*, 17, 5, 555-566.
- Psomas, E. L., Fotopoulos, C. V. & Kafetzopoulos, D. P. (2010). Critical factors for effective implementation of ISO 9001 in SME service companies. *Managing Service Quality: An International Journal*, 20, 5, 440-457.
- Psomas, E. L., Pantouvakis, A., & Kafetzopoulos, D. P. (2013). The impact of ISO 9001 effectiveness on the performance of service companies. *Managing Service Quality: An International Journal*, 23, 2, 149-164.
- Rahmana, A. (2008). Klasifikasi UKM. Diakses 11 April 2016 dari <https://infoukm.wordpress.com/>
- Rinawati, D. I., Susanty, A. & Sari, D. P. M. (2015). Penilaian kesiapan penerapan Standar Nasional Indonesia (SNI) pada UKM batik di Solo, Yogyakarta dan Pekalongan. *Jurnal Standardisasi*, 17, 1, 1-10.
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2009). Perilaku Organisasi Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rodríguez-Escobar, J. A., Gonzalez-Benito, J., & Martínez-Lorente, A. R. (2006). An analysis of the degree of small companies' dissatisfaction with ISO 9000 certification. *Total Quality Management and Business Excellence*, 17, 4, 507-521.
- Rubio-Andrada, L., Alonso-Almeida, M. D. M., & Rodríguez-Antón, J. M. (2011). Motivations and impacts in the firm and stakeholders of quality certification: Evidence from small- and medium-sized service enterprises. *Total Quality Management and Business Excellence*, 22, 8, 833-852.
- Sachdeva, A., Bhardwaj, A., & Sharma, V. S. (2007). Impact of ISO 9000 certification on performance of SMEs: a study of Indian industry. *International Journal of Management Practice*, 2, 3, 226.
- Samat, N., Ramayah, T. & Yusoff, Y. M. (2009). Do ISO certified SME's have higher quality practices? empirical insights from the Northern Region of Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 3, 3, 66.
- Samir, A. & Larso, D. (2011). Identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM catering di kota Bandung. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 10, 2, 162-185.
- Sangadji, E. M. (2009). Pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasional pimpinan terhadap kepuasan kerja dan dampaknya pada kinerja. *PAEDAGOGIA*, 12, 1, 52-65.
- Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2014 tentang

- standardisasi dan penilaian kesesuaian. Jakarta: Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Souza-Poza, A., Altinkilinc, M. & Searcy, C. (2009). Implementing a functional ISO 9001 quality management system in small and medium-sized enterprises. *International Journal of Engineering*, 3, 3, 220.
- Srivastav, A. K. (2010). Impact of ISO 9000 implementation on the organisation. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 27, 4, 438-450.
- Storey, D. J. (1994). Understanding the Small Business Sector. London: Routledge.
- Sugihen, G. S. (2003). Pengaruh struktur modal terhadap produktivitas aktif dan kinerja keuangan serta nilai perusahaan industri manufaktur terbuka di Indonesia. Diakses 11 April 2016 dari <http://repository.usu.ac.id/xmlui/handle/123456789/7359>.
- Sulisto, S. B. (2014). Penerapan SNI masih banyak kendala. Diakses 11 April 2014 dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/8844/Penerapan-SNI-Masih-Banyak-Kendala>.
- Tannock, J., Krasachol, L. & Ruangpermpool, S. (2002). The development of total quality management in Thai manufacturing SMEs. *International Journal of Quality Reliability Management*, 19, 4, 380-395.
- Thompson, V. A. (1965). Bureaucracy and Innovation (Vol. 10). *Administrative Science Quarterly*. Retrieved 11 April 2016 from <http://www.jstor.org/stable/2391646>.
- Valmohammadi, C. (2011). The impact of TQM implementation on the organizational performance of Iranian manufacturing SMEs. *The TQM Journal*, 23, 5, 496-509.