

DAFTAR ISI

Contents

DAFTAR ISI	1
BAB I	5
PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
DASAR TEORI	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)	12
2.1.2 Peranan MSDM	13
2.1.3 Tujuan MSDM	15
2.1.4 Fungsi MSDM	16
2.2 Peran Pemerintah	17
2.2.1 Definisi Peran Pemerintah	17
2.2.2 Fungsi-Fungsi Peran Pemerintah	18
2.3 Kreativitas	20
2.3.1 Definisi Kreativitas	20
2.3.2 Pentingnya Kreativitas	20
2.3.3 Indikator Kreativitas	21
2.4 Keunggulan Bersaing	22
2.4.1 Definisi Keunggulan Bersaing	22
2.4.2 Analisis Keunggulan Bersaing	22
2.4.3 Indikator Keunggulan Bersaing	23
2.5 UMKM	24
2.5.1 Definisi UMKM	24

2.5.2	Kontribusi UMKM.....	26
2.6	Penelitian Terdahulu.....	27
2.7	Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis	32
2.7.1	Hubungan Antara Peran Pemerintah Terhadap Kreativitas.....	32
2.7.2	Hubungan Antara Peran Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing 33	
2.7.3	Hubungan Antara Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing	34
2.7.4	Hubungan Antara Peran Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kreativitas.....	35
2.8	Kerangka Konseptual	36
BAB III		38
MERODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Metodeologi Penelitian.....	38
3.3.1	Jenis Penelitian	38
3.3.2	Sifat Penelitian.....	39
3.2	Lokasi dan Periode Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel	40
3.4	Sumber Data	41
3.5	Metode Pengumpulan Data	42
3.6	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	43
3.7	Metode Analisis Data	45
3.8	Instrumen Penelitian.....	46
3.9	Metode Analisis Data	48
BAB IV.....		56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	56
4.1.1	Gambaran Umum UMKM Kabupaten Bulungan	56
4.2	Karakteristik Responden.....	65
4.2.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	65
4.2.2	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	66

4.2.3	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	68
4.2.4	Karakteristik Responden Menurut Jenis Usaha	70
4.2.5	Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha.....	72
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	73
4.3.1	Hasil Uji Instrumen Validitas Penelitian	74
4.3.2	Hasil Uji Instrumen Reliabilitas Variabel Penelitian	75
4.4	Deskripsi Variabel Penelitian	76
4.4.1	Deskripsi Variabel Peran Pemerintah (X1).....	77
4.4.2	Deskripsi Variabel Kreativitas (Y1).....	78
4.4.3	Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing (Y2)	79
4.5	Hasil Pengujian Analisis SEM.....	80
4.5.1	Normalitas.....	80
4.5.2	Outlier	81
4.5.3	Linieritas	82
4.6	<i>Goodness Of Fit Model</i>	82
4.7	Model Pengukuran (<i>Confirmatory Factor analysis/CFA</i>)	84
4.7.1	Pengujian <i>Measurement Model</i> Variabel Peran Pemerintah (X1)	84
4.7.2	Pengujian <i>Measurement Model</i> Variabel Kreativitas (Y1)	85
4.7.3	Pengujian <i>Measurement Model</i> Variabel Keunggulan Bersaing (Y2).....	86
4.8	Model Struktur	87
4.9.1	Pengaruh Peran Pemerintah (X1) terhadap Kreativitas (Y1).....	90
4.9.2	Pengaruh Peran Pemerintah (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) 90	
4.9.3	Pengaruh Kreativitas (Y1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)	91
4.9.4	Pengaruh Peran Pemerintah (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) melalui Kreativitas (Y1)	91
4.10	Pembahasan	92
4.10.1	Semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Kreativitas	92
4.10.2	Semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing.....	93
4.10.3	Semakin baik Kreativitas maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing 95	

4.10.4	Semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing melalui kreativitas.....	97
4.11	Koefisien Determinasi	99
BAB V		100
KESIMPULAN DAN SARAN		100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	102

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Oleh karena itu UMKM semakin diminati sebagai pedagang atau Usaha mikro kecil menengah. Hal ini ditunjukkan, adanya peningkatan UMKM di Indonesia dari tahun ketahun. Jumlah pertumbuhan UMKM pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan dari 64.194.057 unit ke 65.465.947 unit dalam persen mengalami kenaikan sebesar 1,98% (Kementrian Koperasi dan UMK Republik Indonesia, 2022). Berdasarkan data Kabupaten Bulungan juga mengalami kenaikan yang sangat signifikan, pada tahun 2020 tingkat UMKM sebanyak 3.480 (Rekapan Disperindakop per Desember, 2020) dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan mencapai 8.779 (Rekapan Disperindakop per Desember, 2021).

Meningkatnya jumlah pelaku UMKM tentu saja mengakibatkan adanya persaingan pasar yang semakin ketat. Bahkan, persaingan antara pelaku UMKM satu dengan yang lain pada saat ini sudah meningkat. Namun saat melihat di lapangan kurangnya pengetahuan dan kreativitas dari para pelaku UMKM masih terbatas. Hal ini menyebabkan penjiplakan pada produk-produk UMKM sehingga membuat pelaku UMKM kurang unggul dalam bersaing dengan pelaku UMKM yang lain.

Keunggulan bersaing dalam suatu usaha sangat penting diperhatikan. Dalam melakukan persaingan bisnis setiap UMKM harus memiliki ciri khas tersendiri apabila suatu UMKM tidak memiliki keunggulan bersaing maka akan berdampak pada usahanya bahkan sampai gulung tikar karena tidak bisa beroperasi lagi.

Hasil observasi awal peneliti dengan melakukan kunjungan dan wawancara kepada beberapa pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Bulungan. Banyak ditemukan pelaku UMKM yang mati suri bahkan berhenti beroperasi dikarenakan produk yang mereka hasilkan terlalu monoton dan banyaknya kompetitor baru. Hal tersebut disebabkan kurangnya keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Bulungan dan naiknya bahan baku di beberapa sektor usaha seperti tempe, tahu, kue, dll.

UMKM di Kabupaten Bulungan memiliki beberapa masalah. Masalah-masalah tersebut bisa berbeda menurut wilayah, antar sektor dan antar unit usaha di sektor yang sama. Masalah yang sering terjadi adalah keterbatasan modal, keterbatasan kemampuan kreativitas sumber daya manusianya dan kurangnya daya saing/keunggulan bersaing pelaku UMKM.

Untuk menguatkan hasil observasi, maka peneliti mengajukan satu pertanyaan kepada 20 responden yaitu “faktor apa yang dibutuhkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing UMKM milik Ibu/Bapak/Saudara?”. Selanjutnya responden diminta untuk memberikan jawaban sesuai dengan yang dibutuhkan yakni 1. Pelatihan UMKM, 2. Modal usaha, 3. Kreativitas usaha. Dari hasil jawaban responden yang terkumpul kemudian peneliti melakukan tabulasi data sebagai berikut:

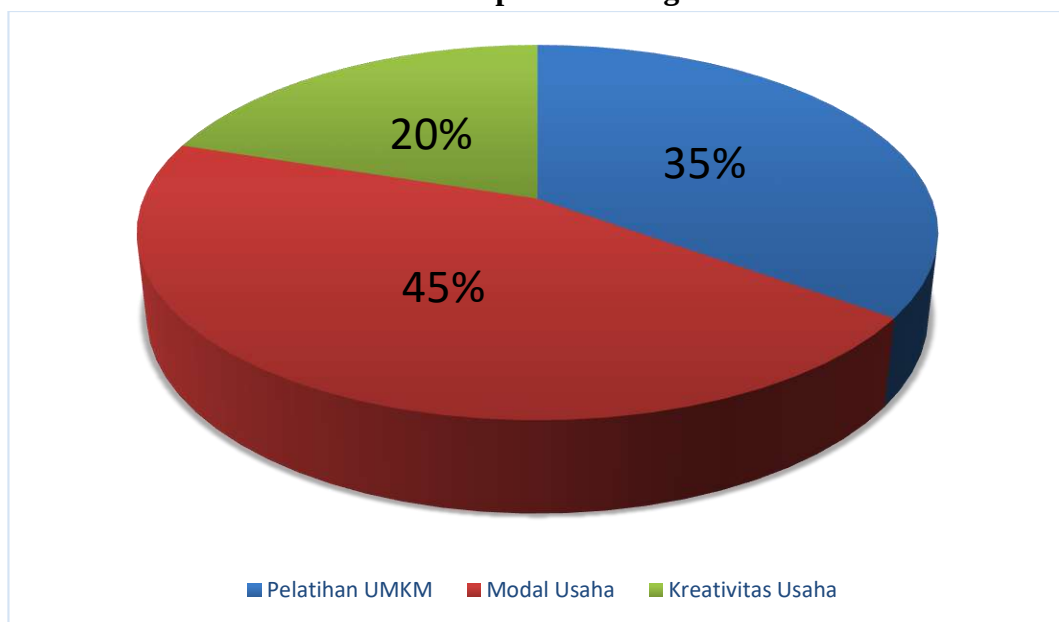
Tabel 1.1
Hasil Wawancara Terhadap Pelaku UMKM Industri
Kabupaten Bulungan

Jawaban Responden	JAWABAN RESPONDEN							
	Pelatihan UMKM	%	Modal Usaha	%	Kreativitas Usaha	%	Total	%
≤ 30 Thn	5	25%	1	5%	2	10%	8	40%
≥ 31 Thn	2	10%	8	40%	2	10%	12	60%
Jumlah	7	35%	9	45%	4	20%	20	100%

Sumber: Penelitian Awal (2022)

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor yang dibutuhkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing UMKM, dari hasil tabulasi data di atas dapat dituangkan dalam bentuk grafik seperti Gambar 1.1 berikut ini:

Gambar 1.1
Hasil Wawancara Terhadap Pelaku UMKM Industri
Kabupaten Bulungan



Sumber: Penelitian Awal (2022)

Berdasarkan data dalam Tabel 1.1 dan Gambar 1.1 di atas dapat diketahui bahwa faktor pelatihan dan modal usaha yang dibutuhkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing UMKM, cenderung lebih besar dari pada kreativitas usaha yaitu sebesar 45% dan 35%. Dengan alasan “Modal usaha UMKM dan Pelatihan lebih dibutuhkan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Modal usaha bisa berupa dana atau alat, kemudian pelatihan UMKM dapat dijadikan sebagai tempat *shering* dan menambah wawasan para pelaku UMKM dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM miliknya”. Sedangkan yang memilih kreativitas usaha cenderung lebih minim yaitu sebesar 20% dengan alasan “Kreativitas lebih berpengaruh untuk menciptakan keunggulan bersaing karena memiliki ciri khas tersendiri bahkan bisa menjadi produk langka karena tidak bisa di tiru secara detailnya”.

Di Kabupaten Bulungan, industri kecil dengan kriteria usaha mikro yang dalam hal ini dikelola masyarakat harusnya lebih dikembangkan mengingat Kabupaten Bulungan adalah sebuah Kabupaten yang bisa dikatakan sebagai Kabupaten yang saat ini perkembangannya sangat pesat namun masih banyak kendala yang harus dihadapi UMKM sehingga bisa menimbulkan kesulitan untuk bersaing dengan UMKM lain di luar Kabupaten Bulungan.

Untuk menciptakan keunggulan bersaing bagi pelaku UMKM perlu mendapatkan perhatian yang besar dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat lebih kompetitif bersama kompetitor lainnya di luar Kabupaten Bulungan. Menurut hasil observasi peneliti peran pemerintah berupa pelatihan maupun bantuan baik

berupa modal atau alat dan kreativitas usaha perlu diupayakan lebih kondusif bagi terciptanya keunggulan bersaing UMKM di Kabupaten Bulungan.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Peran Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing dengan Intervening Kreativitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Industri Di Kabupaten Bulungan.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah peran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM industri di Kabupaten Bulungan?
- b. Apakah kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM industri di Kabupaten Bulungan?
- c. Apakah peran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap kreativitas UMKM industri di Kabupaten Bulungan?
- d. Apakah Peran Pemerintah secara tidak langsung terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kreativitas berpengaruh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh signifikan peran pemerintah terhadap keunggulan bersaing UMKM industri di Kabupaten Bulungan

- b. Untuk mengetahui pengaruh signifikan kreativitas terhadap keunggulan bersaing UMKM industri di Kabupaten Bulungan
- c. Untuk mengetahui peran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap kreativitas UMKM industri di Kabupaten Bulungan.
- d. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung Peran Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kreativitas

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beberapa sebagai:

- a. Peneliti

Sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh dibangku kuliah khususnya yang berhubungan dengan manajemen sumber daya manusia dan kewirausahaan.

- b. Akademisi

Sebagai tolak ukur untuk dapat melakukan penelitian selanjutnya tentang faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing pelaku UMKM industri.

- c. Universitas

Diharapkan dapat memberi manfaat bagi instansi atau organisasi yang terkait di dalamnya untuk dapat dijadikan pertimbangan yang mempengaruhi keunggulan bersaing pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) industri.

d. Dinas/Pemerintah

Pedoman bagi pemerintah terkhusus Kabupaten Bulungan dalam pengembangan wilayah yang menjadi basis UMKM industri di Kabupaten tersebut sehingga UMKM industri di Kabupaten Bulungan ini dapat bertumbuh kembang secara berkelanjutan serta mampu menggerakkan roda perekonomian Kabupaten Bulungan.

BAB II

DASAR TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Sumber daya manusia merupakan salah satu asset yang penting oleh karena itu harus dikelola secara cermat dan sejalan dengan kebutuhan organisasi, beberapa pengertian MSDM diantaranya disampaikan oleh:

Mondy dan Noe (2016) mendefinisikan manajemen sumber daya manusia (*human resource management*) sebagai pendayagunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Malayu S.P Hasibuan (2016) menyampaikan bahwa MSDM adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Sementara itu Hani Handoko (2016) mengatakan bahwa MSDM adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai tujuan-tujuan individu dan organisasi/perusahaan, serta Boone & Kurtz mengatakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah fungsi untuk menarik, mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang memiliki kualifikasi untuk melaksanakan aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Demikian juga Henry Simamora menyampaikan bahwa, manajemen sumber daya manusia (*human resources management*) adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok karyawan, dan menurut A.F. Stoner, manajemen sumber daya manusia adalah suatu prosedur yang berkelanjutan yang bertujuan untuk memasok suatu organisasi atau perusahaan dengan orang-orang yang tepat untuk ditempatkan pada posisi dan jabatan yang tepat pada saat organisasi memerlukannya.

2.1.2 Peranan MSDM

Manajemen seperti yang kita ketahui adalah ilmu yang memberikan kita pengetahuan tentang cara-cara menyelesaikan masalah dan mencapai tujuan menggunakan orang lain. Oleh karenanya perlu mengetahui peranan MSDM sehingga dapat mengetahui pentingnya sumber daya manusia, yang merupakan inti dari manajemen itu sendiri.

- a. Melakukan analisis jabatan (menetapkan jumlah, kualitas, dan penempatan tenaga kerja yang efektif sesuai dengan kebutuhan perusahaan berdasarkan *job description, job specification, job requirement, dan job evaluation*.
- b. Merencanakan kebutuhan tenaga kerja dan rekrutmen (menetapkan penerikan, seleksi), dan penempatan karyawan berdasarkan *prinsip the right man in the right place and the right man on the right job*.
- c. Menetapkan upah, gaji dan cara memberikan kompetensi, memberikan insentif.
- d. Menetapkan program kesejahteraan, pengembangan, promosi, mutasi, pensiun dan pemberhentian.
- e. Mengatur program Pendidikan, Latihan, dan penilaian prestasi karyawan.

- f. Membangun komitmen kerja.
- g. Mensosialisasikan, melaksanakan dan mengevaluasi pelaksanaan K3.
- h. Menyelesaikan perselisihan antar karyawan atau perselisihan peburuhan.
- i. Menyelesaikan keluhan dan relationship karyawan.
- j. Meramalkan penawaran & permintaan SDM pada masa yang akan datang.
- k. Memperkirakan keadaan perekonomian pada umumnya dan perkembangan perusahaan pada khususnya.
- l. Memonitor UU perburuhan & kebijakan balas jasa perusahaan sejenis.
- m. Memonitor perkembangan serikat buruh.

Selain peranan tersebut diatas ada beberapa peran dan pentingnya MSDM diantaranya adalah:

- a. Peran administrasi manajemen sumber daya manusia

Peran ini difokuskan pada pemrosesan dan penyimpanan data, yang meliputi penyimpanan database dan arsip pegawai, proses klaim keuntungan, kebijakan organisasi tentang program pemeliharaan dan kesejahteraan pegawai, pengumpulan dokumen, dan sebagainya. (pekerjaan yang bersifat administratif).

- b. Peran operasional manajemen sumber daya manusia

Peranan lini lebih bersifat teknis, yang (meliputi pemrosesan lamaran pekerjaan, proses seleksi dan wawancara, kepatuhan terhadap kebijakan peraturan, peluang bekerja, pelatihan dan pengembangan, program K3, dan sistem kompetensi), aktifitas harus dilakuakn dan melibatkan koordinasi dengan para manejer dan *supervisor* di semua jenjang organisasi. Penekanan

pada operasional masih banyak terjadi di beberapa organisasi sebab keterbatasan kemampuan individu dan penolakan manajemen puncak terhadap peran sumber daya manusia yang makin besar.

c. Peran strategis manajemen sumber daya manusia

Keunggulan kompetitif dari unsur sumber daya manusia merupakan kelebihan yang dimiliki oleh peran ini. Peran strategis menekankan bahwa orang-orang dalam organisasi merupakan sumber daya yang penting dan investasi organisasi yang besar, maka harus fokus pada masalah-masalah dan implikasi sumber daya manusia jangka Panjang.

Begitu pentingnya peran MSDM sehingga sering kali MSDM disebut sebagai kompetensi inti dalam organisasi. Sebagai kompetensi inti MSDM menempatkan fungsinya sebagai bagian dari inovasi, produktivitas, pelayanan prima, keterampilan khusus, kemampuan luar biasa dalam organisasi. (Larasati,Sri 2018)

2.1.3 Tujuan MSDM

Tujuan umum manajemen sumber daya manusia adalah mengoptimalkan produktivitas semua pekerja dalam sebuah organisasi. Dalam hal ini, produktivitas diartikan sebagai hasil produksi (*output*) sebuah perusahaan (barang dan jasa) terhadap masuknya (manusia, modal, bahan-bahan, energi). Sementara itu tujuan khusus sebuah departemen sumber daya manusia adalah membantu para manajer lini, atau manajer-manajer fungsional yang lain, agar dapat mengelola para pekerja itu secara lebih efektif. 4 (empat) tujuan manajemen SDM adalah sebagai berikut:

a. Tujuan Sosial

Tujuan sosial manajemen sumber daya manusia adalah agar organisasi atau perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan etis terhadap keutuhan dan tantangan masyarakat dengan meminimalkan dampak negatifnya.

b. Tujuan Organisasional

Tujuan organisasional adalah sasaran formal yang dibuat untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

c. Tujuan Fungsional

Tujuan fungsional adalah tujuan untuk mempertahankan kontribusi departemen sumber daya manusia pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

d. Tujuan Individual

Tujuan individual adalah tujuan pribadi dari tiap anggota organisasi atau perusahaan yang hendak mencapai melalui aktivitasnya dalam organisasi. (Larasati, Sri, 2018).

2.1.4 Fungsi MSDM

Sudah merupakan tugas manajemen SDM untuk mengelola manusia (karyawan) seefektif mungkin agar diperoleh suatu satuan SDM yang merasa puas dan dapat memuaskan. Manajemen adapun fungsi-fungsi manajemen SDM, seperti halnya fungsi umum, yang meliputi yaitu:

a. Fungsi Manajerial

- 1) Perencanaan (merencanakan kebutuhan tenaga kerja)
- 2) Pengorganisasian (mengorganisir semua tenaga kerja)
- 3) Pengarahan (mengarahkan semua karyawan)
- 4) Pengendalian (mengendalikan semua karyawan)

b. Fungsi Operasional

- 1) Pengadaan SDM (penarikan -seleksi-orientasi-penempatan)
- 2) Pengembangan (pendidikan dan latihan)
- 3) Kompensasi dan proteksi (upah, insentif, tunjangan, K3)
- 4) Pengintegrasian (kepentingan perusahaan dan kebutuhan karyawan)
- 5) Pemeliharaan (meningkatkan kondisi fisik, mental dan loyalitas)
- 6) Kedisiplinan (penerapan disiplin karyawan)
- 7) Pemberhentian (PHK/putusnya hubungan kerja karena sebab tertentu).

2.2 Peran Pemerintah

2.2.1 Definisi Peran Pemerintah

Keberadaan pemerintah pada hakikatnya adalah untuk melayani publik (Masyarakat), artinya apa saja yang menjadi kepentingan atau keperluan publik harus bisa terpenuhi dengan adanya peran pemerintah. Namun tidak saja pemerintah berperan sebagai pelayan masyarakat, sesuai dengan namanya pemerintah (yang memerintah/yang mengatur), pemerintah memiliki peran sebagai pengatur (*regulator*) untuk menciptakan hubungan social dalam kehidupan masyarakat terbentuk secara harmonis. Apa saja yang menjadi hak-hak normatif dari seluruh masyarakat harus terpenuhi dengan adanya keberadaan pemerintah.

Hak untuk mendapatkan kehidupan yang layak, hak untuk melakukan usaha, hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan agar pengetahuan dan kecerdasan meningkat, hak perlindungan dari ketidakadilan, hak untuk mendapatkan perlakuan dan perlindungan yang sama, dan hak-hak lainnya Suwandi, dalam Imelda dan Ariska (2018).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah adalah sebagai pelayan masyarakat, sesuai dengan namanya pemerintah, pemerintah memiliki peran sebagai pengatur untuk menciptakan hubungan social dalam kehidupan masyarakat terbentuk secara harmonis. Apa saja yang menjadi hak-hak normative dari seluruh masyarakat harus terpenuhi dengan adanya keberadaan pemerintah.

2.2.2 Fungsi-Fungsi Peran Pemerintah

Peran dapat membimbing seseorang dalam berperilaku, karena fungsi peran sendiri adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan arah pada sosialisasi;
- b. Pewarisan tradisi, kepercayaan, nilai-nilai, norma-norma dan pengantahuan;
- c. Dapat mempersatukan kelompok dan masyarakat
- d. Menghidupkan system pengendali dan control, sehingga dapat melastarikan kehidupan masyarakat.

Berdasarkan pelaksanaanya peranan-peranan social dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Peranan yang diharapkan (*expected roles*): cara ideal dalam pelaksanaan peranan menurut penilaian masyarakat. Masyarakat menghendaki peranan yang diharapkan dilaksanakan secepat-cepat dan peranan ini tidak dapat ditawar dan harus dilaksanakan seperti yang ditentukan. Peranan jenis ini antara lain peranan hakim, peranan protokoler diplomatik, dan sebagainya.
- b. Peranan yang disesuaikan (*actual roles*): yaitu cara bagaimana sebenarnya peranan itu dijalankan. Peranan ini pelaksanaannya lebih luwes, dapat disesuaikan dengan situasi dengan situasi dan kondisi tertentu. Peranan yang disesuaikan mungkin tidak cocok dengan situasi setempat, tetapi kekurangan yang muncul dapat dianggap wajar oleh masyarakat.

2.2.3 Indikator Peran Pemerintah

Menurut Suwandi (dalam Imelda Ariska, 2018) ada 2 indikator penentu peran pemerintah, yaitu:

- a. Memberikan pelatihan/pembinaan, merupakan salah satu program pemerintah dalam meningkatkan serta mengelola lembaga dan sumber daya manusia agar lebih baik sesuai dengan harapan. Pembinaan kemasyarakatan dapat dilakukan dengan berbagai cara baik melalui pelatihan, rapat, lomba peringatan hari besar dan lain-lain.
- b. Pemberian bantuan, yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat desa. Dengan meningkatnya pendapatan, maka efek ekonominya diharapkan juga akan menurunkan angka kemiskinan. Bantuan-bantuan yang diberikan dapat menjadi solusi permanen pengentasan kemiskinan baik jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

2.3 Kreativitas

2.3.1 Definisi Kreativitas

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa: Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru.

Pengertian lainnya menurut Jansen dan Liany dalam Diki Firmansyah (2016) menjelaskan kreativitas merupakan fungsi utama dari akal manusia. Kreativitas memiliki kemampuan dalam hal mengembangkan dan membuat ide-ide baru yang telah dimiliki dan selajutnya diolah menjadi nilai yang bermanfaat.

Berdasarkan pada definisi kreativitas di atas maka penulis menarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide dalam menciptakan produk baru ataupun produk yang sudah ada, di berikan sedikit adanya perubahan dan menjadi sesuatu yang bermanfaat.

2.3.2 Pentingnya Kreativitas

Seseorang wirausaha perlu melakukan kreativitas karena:

- a. Keberhasilan dalam persaingan bisa diperoleh dengan mengembangkan daya kreatif.
- b. Kreativitas merupakan sumber yang berharga dan harus dipelihara serta jangan di sia-siakan.
- c. Tantangan baru selalu muncul dan harus dihadapi dengan kreativitas baru.

- d. Kreativitas adalah gagasan yang tidak diramalkan dating dan perginya serta memiliki keunikan yang tinggi.

2.3.3 Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2013:23), indikator kreativitas adalah sebagai berikut:

- a. Keahlian

Keahlian ialah suatu kemampuan yang melakukan sesuatu terhadap sebuah peran. Hal ini merupakan kemampuan yang bisa dipindahkan dari satu orang ke orang yang lainnya.

- b. Kemampuan

Kemampuan merupakan kecakapan setiap individu untuk menyelesaikan pekerjaan atau menguasai hal-hal yang ingin dikerjakan pada suatu pekerjaan, dan kemaampuan juga dapat dilihat dari tindakan tiap-tiap individu.

- c. Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan, hasrat ataupun minat yang begitu besar di dalam diri, untuk mencapai suatu keinginan, cita-cita dan tujuan tertentu. Adanya motivasi akan membuat individu berusaha sekuat tenaga untuk mencapai yang di inginkan.

2.4 Keunggulan Bersaing

2.4.1 Definisi Keunggulan Bersaing

Menurut (Claudya et al., 2020) Mengatakan bahwa keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang bersedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan.

Ada beberapa cara menurut (Oktapriani et al., 2020) untuk memperoleh keunggulan bersaing antara lain dengan cara menawarkan produk atau jasa dengan harga minimum (*cost leadership*). Menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan disbanding dengan pesaingnya (*differntiation*), atau lebih memfokuskan diri pada segmen tertentu (*focus*) Porter, dalam Damayanti Sherly, dkk (2022).

2.4.2 Analisis Keunggulan Bersaing

Untuk menenntukan keunggulan bersaing suatu organisasi atau mengindefikasikan peluang baru dalam memperoleh keunggulan, diperlukan analisis konsumen dan persaingan. Beberapa Teknik analisis sebagai berikut: (Cravens, D.W., 2016:32)

a. Analisis yang berorientasi pada konsuken (*Costumer-Oriented Analysis*)

Keguatan ini meliputi penentuan konsumen, pengidentifikasikan nilai yang dicari, perbandingan kinerja oragnbisasi dengan pesaingnya, dan

pengidentifikasi alasan mengapa konsumen menaggap satu perusahaan lebih hebat dari yang lainnya.

b. Analisis yang berpusat pada pesaing (*Competitor-Centered Analysis*)

Dua teknis yang berguna dalam analisis pesaing adalah analisis rantai nilai (Value-chain analysis) dan Teknik patok duga (benchmarking).

2.4.3 Indikator Keunggulan Bersaing

Indikator Keunggulan bersaing menurut Porter, dalam Damayanti Sherly, dkk (2022) ada 3 yaitu:

- a. *Cost leadership* adalah menekankan pemroduksian produk–produk yang distandardisasi dengan biaya perunit yang sangat rendah untuk para konsumen yang peka terhadap harga.
- b. *Differentiation* adalah sebuah strategi yang bertujuan menghasilkan produk atau jasa yang dianggap unik di industri dan diarahkan kepada konsumen yang relative peka terhadap harga.
- c. *Focus* berarti memproduksi produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan sekelompok konsumen.

2.5 UMKM

2.5.1 Definisi UMKM

Secara Umum yang dimaksud dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha semua sektor ekonomi (Tulus, 2017:1.1).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perkeonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa kritis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional. UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Sementara itu kelemahan mendasar yang di hadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar yang rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. (Agung, 2012:2).

Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha yang memiliki modal awal kecil, nilai kekayaan (*asset*) serta jumlah tenaga kerja masih tidak terlalu banyak (terbatas), nilai modal (*asset*) atau jumlah tenaga kerja sesuai dengan definisi yang diberikan oleh otoritas publik atau instansi lain dengan tujuan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yakni usaha yang termasuk dalam skala usaha kecil atau terbatas dengan modal awal yang sedikit dan jumlah tenaga kerja yang masih terbatas. Akan tetapi UMKM berupaya terus menerus mempertahankan kepuasan pelanggan (Alimudin et al, 2019).

Menurut (Suci, 2017) UMKM dapat menjadi salah satu cara dalam upaya menanggulangi kemiskinan di Indonesia, karena UMKM merupakan salah satu sektor yang berkontribusi cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja. Dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Pasal 1 Usaha Mikro Kecil Menengah dibagi menjadi beberapa pengertian yaitu:

- a. Usaha mikro adalah usaha komersial yang dimiliki individu atau organisasi atau badan usaha yang memenuhi syarat untuk Usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang komersial dan berdagang, dijalankan oleh individu atau organisasi perusahaan yang tidak termasuk dalam anak perusahaan yang dimiliki, dikendalikan atau telah berubah menjadi bagian langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi syarat usaha mandiri sebagaimana dimaksud dalam undang-undang.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang komersial dan dikerjakan oleh elemen usaha dengan total aset bersih atau transaksi penjualan tahunan lebih besar daripada usaha menengah, yang menggabungkan usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha bersama dan usaha asing yang menempati kegiatan ekonomi di Indonesia.
- d. Dunia usaha yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang menempati aktivitas ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

2.5.2 Kontribusi UMKM

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan pelaku ekonomi yang strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan pembangunan di semua negara, baik negara maju maupun negara yang sedang berkembang. UKM berperan sebagai kekuatan pendorong di belakang sejumlah besar inovasi dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui penciptaan lapangan kerja, investasi dan ekspor. Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan dan distribusi kekayaan yang lebih luas di negara berkembang.

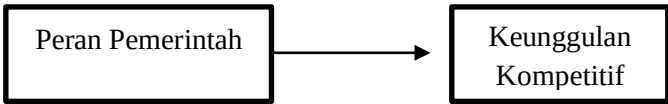
Potensi UKM kadang tidak disadari karena masalah umum yang berkaitan dengan ukuran, isolasi, peluang pasar, standar/kualitas, rantai pasokan, logistik dan inovasi teknologi. Untuk memperoleh margin keuntungan kecil, pengusaha kecil di negara berkembang tidak memilih untuk melakukan inovasi produk dan proses sebagai strategi peningkatan dan pertumbuhan mereka dalam jangka Panjang.

Sebaliknya, banyak UKM menghadapi kesulitan yang timbul dari liberalisasi perdagangan dan adanya perjanjian pasar bebas yang dapat dijadikan peluang sekaligus tantangan. UKM yang bervariasi secara luas, baik dalam ukuran, kemampuan, lingkungan dan struktur organisasi memerlukan penyelesaian masalah yang spesifik dan tidak dapat digeneralisasikan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang lebih dahulu telah dilakukan yang dapat membantu penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu dapat dijadikan untuk acuan dan dapat sebagai sebuah pertimbangan untuk melihat seberapa pengaruh hubungan antar variabel yang memiliki kesamaan dalam penelitian. Begitu pula dengan penelitian ini juga terdapat penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan dengan variabel peran pemerintah dan kreativitas terhadap keunggulan bersaing UMKM industri yang bias diambil dari beberapa jurnal yang tersedia.

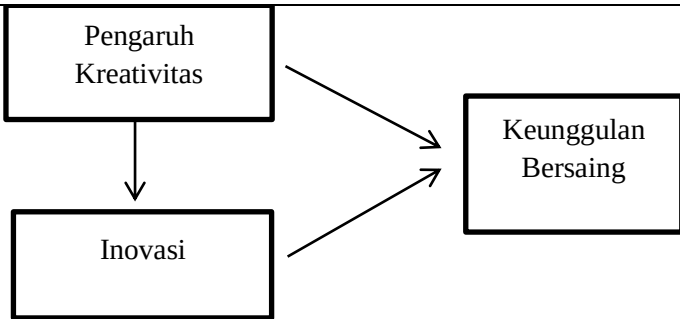
Tabel 2.1
Penelitian Sari, Sintiya Marcela (2017)

Nama Peneliti	Sari, Sintiya Marcela
Tahun dan Judul Jurnal	(2017), <i>Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pengrajin Tenun Ikat Bandar Kidul (Studi pada Desa Bandar Kidul, Kota Kediri)</i>
Tujuan Penelitian	Mengetahui sejauh mana peran pemerintah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pengrajin kerajinan tenun ikat
Model	 <pre> graph LR A[Peran Pemerintah] --> B[Keunggulan Kompetitif] </pre>
Populasi dan Sampel	Penelitian ini yang menjadi informan adalah para pengrajin ikat bandar
Alat Analisis	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif
Hasil Penelitian	Peran yang dilakukan oleh pemerintah daerah kota kediri, melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Kediri untuk meningkatkan keunggulan kompetitif kerajinan tenun ikat bandar kidul melalui, peningkatan kemampuan finansial, pengembangan pemasaran, pengembangan sumber daya manusia, dan peningkatan kemudahan dalam pelayanan perijinan, penguatan kelembagaan melalui pengembangan usaha. Dalam upaya peningkatan keunggulan kompetitif oleh

	Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ini secara positif sangat didukung karena banyak tersedia tenaga kerja, serta persaingan usaha yang relative terbatas, serta adanya skil yang sudah dimiliki oleh pengrajin tenun ikat.
Yang dirujuk dalam Penelitian Ini	Model penelitian, Peran Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

Tabel 2.2
Penelitian Adhe Ira Riany, Dahmiri (2020)

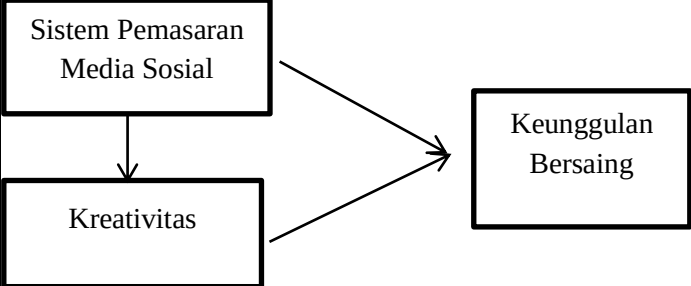
Nama Peneliti	Adhe Ira Riany, Dahmiri
Tahun dan Judul Jurnal	(2020), <i>Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi)</i>
Tujuan Penelitian	Mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing (studi kasus <i>wedding organizer Hastina Puspita Decoration Jambi</i>).
Model	 <pre> graph TD A[Pengaruh Kreativitas] --> B[Inovasi] A --> C[Keunggulan Bersaing] B --> C </pre>
Populasi dan Sampel	Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memakai jasa <i>wedding organizer Hastina Puspita decoration</i> pada tahun 2019, jumlah sampel dihitung berdasarkan rumus Slovin sebanyak 70 responden
Alat Analisis	Metode analisis data menggunakan metode <i>deskriptif</i> dan metode <i>kuantitatif</i> yaitu analisis regresi linier berganda dengan tingkat signifikan 0,05. Keseluruhan analisis dihitung menggunakan program SPSS versi 24.
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa 1.) kreatifitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada <i>wedding organizer Hastina Puspita decoration Jambi</i> , 2.) Inovasi memiliki pengaruh

	yang paling dominan terhadap keunggulan bersaing <i>wedding organizer</i> Hastina Puspita <i>Decoration</i> Jambi.
Yang dirujuk dalam Penelitian Ini	Model penelitian, Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

Tabel 2.3

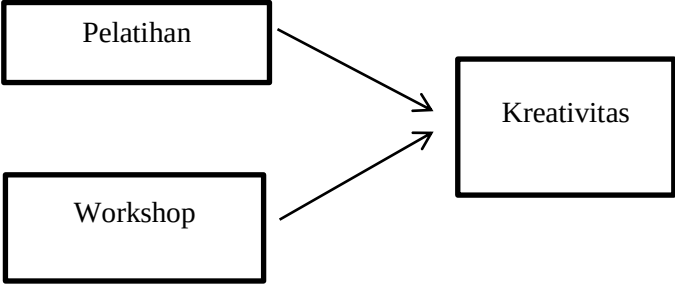
Penelitian Serly Darmayanti, Niken Ramanda Putri, Fanisya Rahma Febriyanti, Endah Listiawan, Vindya Arista Chandra, Ramdani Bayu Putra (2022)

Nama Peneliti	Serly Darmayanti, Niken Ramanda Putri, Fanisya Rahma Febriyanti, Endah Listiawan, Vindya Arista Chandra, Ramdani Bayu Putra
Tahun dan Judul Jurnal	(2022), <i>Penerapan Sistem Pemasaran Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Bintang Nauli Boneka</i>
Tujuan Penelitian	Mengetahui dan juga menjelaskan pengaruh sistem pemasaran media sosial dan kreativitas berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM bintang nauli boneka.
Model	 <pre> graph TD A[Sistem Pemasaran Media Sosial] --> B[Kreativitas] A --> C[Keunggulan Bersaing] B --> C </pre>
Populasi dan Sampel	Penelitian ini yang menjadi informan adalah pemilik Bintang Nauli Boneka
Alat Analisis	<i>Menggunakan analisis kualitatif dengan metode purposive sampling</i>
Hasil Penelitian	Sistem pemasaran media sosial dan kreativitas terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Bintang Nauli Boneka adalah dengan melakukan bauran pemasaran produk berupa boneka dengan kreativitas dan model yang berbeda, harga dalam memutuskan harga jual produk pemilik usaha berpatokan pada harga BOP (Biaya Operasional) tertinggi, tempat usaha yang strategis dan mudah di jangkau karna

	berada di perkumpulan usaha boneka , dan promosi melakukan promosi secara offline dan online
Yang dirujuk dalam Penelitian Ini	Model penelitian, Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

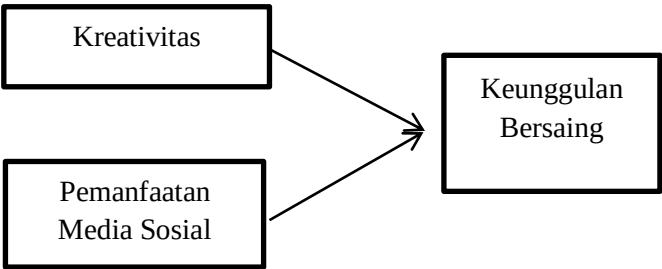
Tabel 2.4
Penelitian Dewi Santi Riana, dkk (2019)

Nama Peneliti	Dewi Riana Santi, dkk
Tahun dan Judul Jurnal	(2019), <i>Peran Pelatihan dan Workshop Bagi Peningkatan Motivasi, Inovasi dan Kreativitas pada UMKM Kerajinan Tangan Manik-Manik</i>
Tujuan Penelitian	Mengetahui dan menjelaskan tentang pengaruh pelatihan dan workshop bagi peningkatan motivasi, inovasi dan kreativitas pelaku UMKM kerajinan tangan manik-manik
Model	 <pre> graph LR A[Pelatihan] --> D[Kreativitas] B[Workshop] --> D </pre>
Populasi dan Sampel	Peserta <i>workshop</i> jumlah sampel ada 3 orang
Alat Analisis	Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini yaitu Menggunakan analisis <i>kualitatif</i> dengan metode pendekatan partisipatif
Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian membuktikan dengan adanya</p> <p>Pelatihan dan workshop yang dilakukan berhubungan dengan usaha untuk meningkatkan motivasi, inovasi dan kreativitas pada UMKM, khususnya kerajinan tangan dari manik-manik. Hasil UMKM berupa kerajinan tangan dari manik-manik pada saat ini masih sangat diperlukan untuk terus ditingkatkan. Selain itu pasar untuk produk kreativitas dari manik-manik masih sangat terbuka luas.</p>

	Adapun hasil dari manik-manik tersebut berupa tasbih dan aneka perhiasan wanita seperti gelang dan kalung.
Yang dirujuk dalam Penelitian Ini	Model penelitian, Peran Pemerintah terhadap Kreativitas

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

Tabel 2.5
Penelitian Oktaviana, Dessy Gemayang (2020)

Nama Peneliti	Oktaviana, Dessy Gemayang
Tahun dan Judul Jurnal	(2020), <i>Pengaruh Kreativitas dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Roti di Kopo Bandung</i>
Tujuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kreativitas, pemanfaatan media social dan keunggulan bersaing di Sentra Roti Bandung secara parsial. 2. Untuk mengetahui seberapa pengaruh kreativitas dan pemanfaatan media social terhadap keunggulan bersaing di Sentra Roti Kopo Bandung secara parsial maupun simultan
Model	 <pre> graph LR A[Kreativitas] --> D[Keunggulan Bersaing] B[Pemanfaatan Media Sosial] --> D </pre>
Populasi dan Sampel	Teknik pengumpulan data primer dan sekunder dengan penelitian lapangan dan studi kepustakaan serta teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian adalah sampling jenuh yaitu populasi seluruh pelaku usaha di Sentra Roti Kopo Bandung yang berjumlah 32 pelaku usaha
Alat Analisis	Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis secara parsial dan simultan
Hasil Penelitian	Hasil penelitian membuktikan kreativitas dan pemanfaatan media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing dan terbilang dalam kategori

	cukup baik. Hasil penelitian membuktikan variabel kreativitas memberikan pengaruh sebesar 49,1% terhadap keunggulan bersaing dan variabel pemanfaatan media sosial memberikan pengaruh sebesar 37,2% terhadap keunggulan bersaing
Yang dirujuk dalam Penelitian Ini	Model penelitian, Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

2.7 Hubungan Antara Variabel dan Hipotesis

2.7.1 Hubungan Antara Peran Pemerintah Terhadap Kreativitas

Peran pemerintah adalah sebagai pelayan masyarakat, sesuai dengan namanya pemerintah, pemerintah memiliki peran sebagai pengatur untuk menciptakan hubungan sosial dalam kehidupan masyarakat terbentuk secara harmonis. Apa saja yang menjadi hak-hak normatif dari seluruh masyarakat harus terpenuhi dengan adanya keberadaan pemerintah. Suwandi, dalam Imelda dan Ariska (2018).

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru.

Pengaruh peran pemerintah terhadap kreativitas belum ada penelitian terbarunya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini adalah penelitian terbaru, tapi terdapat salah satu indikator dari peran pemerintah yang berpengaruh terhadap kreativitas yaitu indikator pelatihan/pembinaan telah dibuktikan oleh peneliti Dewi

Riana Santi, dkk (2019) dalam jurnalnya menerangkan bahwa peran pemerintah dalam hal pelatihan berpengaruh terhadap kreativitas “dengan adanya pelatihan/pembinaan dari pemerintah akan meningkatkan kreativitas pelaku UMKM secara signifikan”.

Berdasarkan teori dari uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Peran Pemerintah Berpengaruh Signifikan Terhadap Kreativitas

2.7.2 Hubungan Antara Peran Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing

Peran pemerintah adalah sebagai pelayan masyarakat, sesuai dengan namanya pemerintah, pemerintah memiliki peran sebagai pengatur untuk menciptakan hubungan sosial dalam kehidupan masyarakat terbentuk secara harmonis. Apa saja yang menjadi hak-hak normative dari seluruh masyarakat harus terpenuhi dengan adanya keberadaan pemerintah. Suwandi, dalam Imelda dan Ariska (2018).

Menurut (Claudya et al., 2020) Mengatakan bahwa Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan.

Pengaruh peran pemerintah terhadap keunggulan bersaing telah dibuktikan oleh peneliti Sari, Sintiya Marcela (2017) dalam jurnalnya menerangkan bahwa peran pemerintah sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing “dengan menjalankan peran pemerintah secara efektif akan menambah keunggulan bersaing bagi para pelaku UMKM”

Berdasarkan teori diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Peran Pemerintah Berpengaruh Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing

2.7.3 Hubungan Antara Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru.

Menurut (Claudya et al., 2020) Mengatakan bahwa keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang tersedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan.

Pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing telah dibuktikan oleh peneliti Adhe Ira Riany, Dahmiri (2020) dalam jurnalnya menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Yang artinya “apabila kreativitas meningkat maka keunggulan bersaing juga akan meningkat begitupun sebaliknya apabila kreativitas menurun maka keunggulan bersaing juga menurun”.

Berdasarkan teori diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Kreativitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Keunggulan Bersaing

2.7.4 Hubungan Antara Peran Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kreativitas

Peran pemerintah adalah sebagai pelayan masyarakat, sesuai dengan namanya pemerintah, pemerintah memiliki peran sebagai pengatur untuk menciptakan hubungan sosial dalam kehidupan masyarakat terbentuk secara harmonis. Apa saja yang menjadi hak-hak normative dari seluruh masyarakat harus terpenuhi dengan adanya keberadaan pemerintah. Suwandi, dalam Imelda dan Ariska (2018).

Menurut (Claudya et al., 2020) Mengatakan bahwa Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang

harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan.

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru.

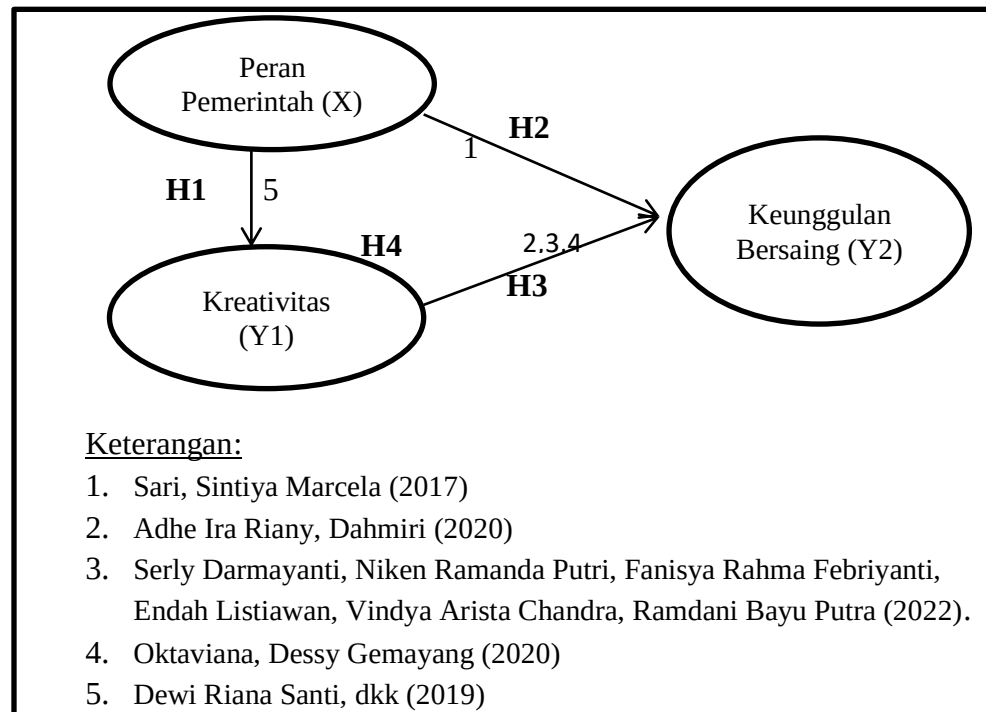
Hubungan ini belum ada penelitian terdahulunya, maka penelitian ini bisa diartikan hubungan variabel penelitian terbaru. Dari teori di atas peneliti mengajukan hipotesis ke empat, yaitu:

H4 : Peran Pemerintah Berpengaruh Signifikan Terhadap keunggulan Bersaing Melalui Kreativitas

2.8 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah peran pemerintah (X1) terhadap variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing (Y2) melalui variabel intervening yaitu Kreativitas (Y2). Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat di susun sebuah kerangka pemikiran teoritis seperti yang tersaji dalam gambar berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

Gambar kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis di atas dapat dijelaskan, bahwa dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu: dimana variabel Peran Pemerintah adalah variabel *independen* (bebas) dan kreativitas variabel *intervening* (penghubung) sedangkan keunggulan bersaing adalah variabel *dependen* (terikat).

BAB III

MERODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodeologi Penelitian

3.3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis dan untuk mengetahui hubungan pengaruh antar variabel yang sudah dibangun menjadi model penelitian. Tahapan proses penelitian yang dilakukan peneliti dimulai dari penelitian awal untuk membuktikan dugaan awal peneliti yang ada pada objek penelitian, Kemudian dilanjutkan dengan studi pustaka untuk menggali landasan teoritis dan hasil-hasil kajian empiris pada penelitian sebelumnya untuk digunakan sebagai dasar membangun model penelitian. Setelah itu dilanjutkan observasi dan interview di lapangan, pengumpulan data melalui wawancara, setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis dan diambil kesimpulan.

Pengumpulan data primer menggunakan survai yaitu tentang pengaruh peran pemerintah terhadap keunggulan bersaing dengan variabel penghubung yaitu kreativitas. Dimana penelitian ini mencoba untuk melihat seberapa pengaruhnya Peran pemerintah terhadap keunggulan bersaing dengan intervening kreativitas pelaku UMKM industri di Kabupaten Bulungan.

3.3.2 Sifat Penelitian

Berdasarkan penelitian yaitu menguji hipotesis, maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kausal. Menurut (Sugiyono, 2018) rumusan masalah asosiatif adalah suatu rumusan masalah yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan untuk bentuk hubungannya digunakan hubungan kausal yaitu hubungan sebab akibat. dalam penelitian ini pengaruh variabel peran pemerintah terhadap keunggulan bersaing dengan Intervening kreativitas.

3.2 Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bulungan Kabupaten Bulungan Provinsi Kalimantan Utara. Waktu pelaksanaan dilakukan selama 5 bulan.

Jadwal pelaksanaan penelitian skripsi ini direncanakan sebagai table berikut ini:

Tabel 3.1
Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian
Tahun 2022

Waktu Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Penelitian Awal																				
Pengajuan Judul																				
Penyusunan Proposal																				
Seminar Proposal																				
Penyebaran Kuesioner																				
Analisis/Pengolahan data																				
Bab IV dan V																				
Sidang Skripsi																				

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Tontowi (2019) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil populasi yaitu seluruh pelaku UMKM berbasis industri di Kabupaten Bulungan sebanyak 874 pelaku UMKM.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2018:84). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, dikarenakan populasi dalam penelitian

ini diketahui sehingga semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan dari keseluruhan populasi. Rumus Slovin digunakan karena peneliti telah mengetahui jumlah keseluruhan dari populasi yang ada. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin (Tontowi, 2019), yaitu:

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

Keterangan:

n: Jumlah Sampel

N: Jumlah Populasi

e: Batas toleransi kesalahan 10% atau 0,1

$$n = \frac{874}{1+874(0,1)^2} = 90 \text{ Sampel.}$$

Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 90 Pelaku Usaha

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Sandu Siyoto, Dkk (2015:58). Data

primer yang diperoleh dalam penelitian ini berupa hasil pengisian kuesioner dari responden yang dalam hal ini pelaku UMKM Di Kabupaten Bulungan.

b. Data sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, artikel dan lain-lain. Sandu Siyoto, Dkk (2015:58). Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu dari E- book, jurnal, dan dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari tempat penelitian (Kantor Disprindagkop Kabupaten Bulungan).

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Angket (*Questionnaire*) Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian pada tiap jawaban pertanyaan mempunyai makna dalam menguji hipotesis.
- b. Wawancara (*interview*) Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak yang dianggap perlu dan berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam hal ini informasi atau keterangan diperoleh langsung dari responden atau informan dengan cara tatap muka dan bercakap-cakap.
- c. Studi Pustaka Yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan literatur dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel merupakan hasil pemetaan dari penjabaran kerangka konseptual yang sudah dibangun ke dalam konsep operasional mulai dari variabel, dimensi-dimensi, indikator, dan skala pengukuran, dan sumber rujukan. Setelah definisi operasional diuraikan secara jelas, selanjutnya perlu dimasukkan dalam sebuah tabel definisi operasional variabel agar pemetaannya menjadi semakin jelas.

Tabel definisi operasional variable dapat di lihat pada Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item Pertanyaan
Peran Pemerintah (X1)	Peran pemerintah adalah sebagai pelayan masyarakat, sesuai dengan namanya pemerintah, pemerintah memiliki peran sebagai pengatur untuk menciptakan hubungan social dalam kehidupan masyarakat terbentuk secara harmonis. Apa saja yang menjadi hak-hak normative dari seluruh masyarakat harus terpenuhi dengan adanya keberadaan pemerintah.	1. Pelatihan/pembinaan 2. Bantuan	1-2

	Suwandi, dalam Imelda dan Ariska (2018).	Suwandi, dalam Imelda dan Ariska (2018)	
Kreativitas (Y2)	<p>Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru.</p> <p>Ernani Hadiyati (2011:10)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keahlian 2. Kemampuan 3. Motivasi <p>Suryana (2013:23)</p>	3-5
Keunggulan Bersaing (Y)	<p>Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakannya. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Cost Leadership</i> 2. <i>Differentiation</i> 3. <i>Focus</i> 	6-8

	yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan (Claudya et al., 2020)	Porter (1994)	
--	--	---------------	--

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian ini (2022)

3.7 Metode Analisis Data

Ada dua metode statistik yang biasa digunakan dalam penelitian manajemen, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial: Statistik deskriptif adalah gambaran data lapangan dengan cara mempresentasikan data primer ke dalam tabulasi. Tujuannya untuk memperoleh gambaran tentang variabel-variabel yang diteliti dan juga untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel dalam bentuk frekuensi dan persentase, serta untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik dari responden pada objek penelitian (Tontowi, 2019).

Analisis statistik inferensial memfokuskan pada bidang kajian analisis dan interpretasi data untuk menarik kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan dengan menggunakan data sampel yang diperoleh. Metode Statistik inferensial yang digunakan dalam analisis data pada pembahasan ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Alasan menggunakan SEM, pertimbangan bahwa hubungan kausal yang dirumuskan dalam banyak penelitian dengan pendekatan kuantitatif, banyak menggunakan model yang tidak sederhana (kompleks). Bentuk hubungan kausal seperti ini membutuhkan analisis yang mampu menjelaskan secara simultan tentang hubungan tersebut sehingga

metode yang digunakan dalam analisis data direkomendasikan menggunakan SEM (Tontowi, 2019).

3.8 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data sebagai penggambaran variabel untuk pembuktian hipotesis. Kesalahan menggunakan alat ukur akan berakibat kesalahan dalam menilai atau menginterpretasi sebuah fakta empiris. Alat ukur dalam penelitian manajemen sering kali bersifat kontigensi, yaitu sangat tergantung dari fenomena sosial yang terus berubah dalam situasi dan kondisinya relative bisa berbeda-beda di setiap tempat penelitian. Oleh karena itu, memiliki alat ukur harus sesuai dengan variabel, dimensi atau indikator, lingkungan sosial penelitian dan harus memenuhi syarat-syarat kehandalan (reliability) dan keabsyahan (validity).

Jika menggunakan instrumen penelitian tidak sesuai, tidak reliable dan tidak valid, maka hasil penelitian patut untuk di ragukan akurasinya. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, sehingga dapat mengungkapkan data dari variabel yang di teliti secara tepat.

Tinggi rendahnya validitas menandakan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang seharusnya. Sebelum digunakan instrumen penelitian harus memenuhi kriteria validitas logis dan validitas empiris. Validitas logis dilakukan dengan cara memecah dan menyusun secara hati-hati, dari variabel menjadi dimensi-dimensi atau indikator-indikator, kemudian secara hati-hati membuat butir-butir pertanyaan yang relevan. Validitas empiris dilakukan

dengan cara menguji instrumen pada sasaran penelitian. Jika hasilnya sesuai yang di harapkan, berarti valid.

Adapun beberapa faktor kritis yang harus dicermati dalam menentukan apakah instrumen kuisioner memenuhi kriteria logis apa tidak, yaitu (Tontowi, 2019).

- a. Sebelum menyusun kuisioner, teliti kembali apakah indikatornya sudah tepat (bukan dimensi) dan secara spesifik hanya mengukur variabel yang dimaksud dan tidak mengandung unsur-unsur pengukuran pada variabel lain. Hubungan antara indikator dengan variabel tidak boleh memiliki hubungan kausalitas, sebab indikator merupakan tanda-tanda spesifik mengenai adanya variabel. Jika tidak boleh mempunyai hubungan pengaruh. Jika indikatornya tidak tepat, Hasilnya bisa biasa.
- b. Responden yang menjawab harus memiliki pemahaman dan relevansi Yang kuat dengan konsep penelitian dan memiliki hubungan keterkaitan menejerial yang intens dengan objek penelitian. Jika tidak, hasilnya menjadi tidak akurat dan bisa mencerminkan keadaan yang tidak sebenarnya.
- c. Pernyataan pernyataan dalam kousioner mengandung persepsi yang sejalan (positif atau negatif) dengan persepsi yang di bangun oleh variabel. Jika tidak konsisten hasil analisis bisa bertolak belakang dengan keadaan yang sesungguhnya.
- d. Pertanyaan-pertanyaan dalam cuisioner harus netral tidak menggiring responden untuk tidak memberi dukungan atau jawaban tertentu tidak Menjelaskan adanya hubungan antar variabel, dan harus mengandung satu

pengukuran spesifik dari sebuah variabel. Realibilitas adalah suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data dan (ukuran yang sama) instrument yang reliabel atau dapat di percaya atau handal, dapat menghasilkan data yang di percaya juga.

Untuk mengetahui tingkat validitas dan realibilitas sebuah intrumen penelitian yang relatif mudah adalah dengan menggunakan alat analisis korelasi pearson dan *alpa cronbach*. Apabila nilai korelasi person antara item dengan total item di atas 0.30, maka akan mengindikasikan instrument tersebut valid. Jika nilai koefisien *Alpa crombach* di atas 0.60, maka mengindikasikan instrument tersebut reliabel.

3.9 Metode Analisis Data

Ada dua metode statistik yang bisa digunakan dalam penelitian manajemen, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial: statistik deskriptif adalah penggambaran data lapangan dengan cara mempresentasikan data primer ke dalam tabulasi. tujuannya untuk memperoleh gambaran tentang variabel-variabel yang diteliti dan juga untuk meidentifikasi karakteristik masing-masing variabel dalam bentuk frekuensi dan presentase, serta untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik dari responden pada objek penelitian.

Analisis statistik inferensial memfokuskan pada bidang kajian analisis dan interpretasi data untuk menarik kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan dengan menggunakan data sampel yang diperoleh. Metode statistik imperensial yang digunakan dalam analisis data pada

pembahasan ini adalah structural equation modeling (SEM). Alasan menggunakan SEM, pertimbangan bahwa hubungan kausal yang dirumuskan dalam banyak penelitian tesis dengan pendekatan kuantitatif, banyak menggunakan model yang tidak sederhana (kompleks). Bentuk hubungan kausal seperti ini membutuhkan analisis yang mampu menjelaskan secara simultan tentang hubungan tersebut sehingga metode yang digunakan dalam analisis data direkomendasikan menggunakan SEM.

Pada pembahasan ini menggunakan analisis SEM berdasarkan atas beberapa alasan sebagai berikut: Alasan pertama, pembahasannya untuk menguji model secara struktural. Alasan kedua yaitu pada pembahasan ini diasumsikan seluruh variabel melibatkan variabel yang bersifat *unobservable (latent variable)*, yaitu variabel tidak dapat diukur secara langsung melalui indikator, sehingga harus dilakukan teknik analisis *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*. Akan tetapi dalam SEM dapat dilakukan teknik yang identik dengan CFA yaitu SEM dalam model pengukuran.

Model persamaan struktural (SEM) merupakan kumpulan teknik-teknik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Hubungan yang rumit tersebut dapat berbentuk antara 27 satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Masing-masing konstruk dibangun dari beberapa variabel indikator.

Data yang diperoleh dan responden yang di jadikan sebagai sampel penelitian melalui kuesioner yang di sebar, akan dianalisis dengan menggunakan

Structural Equation Modeling (SEM) berdasarkan program AMOS 20 dan SPSS 22. Program AMOS menunjukkan pengukuran masalah yang struktural, dan digunakan untuk menguji model hipotesis. Hal ini disebabkan adanya kemampuan untuk, memperkirakan koefisien yang diketahui dari persamaan linier struktural, mengakomodasi model yang merupakan variabel laten, mengakomodasi kesalahan pengukuran pada variabel dependen dan independen.

Langkah-langkah pembentukan model persamaan struktural (Tontowi, 2019) sebagai berikut:

a. Pengembangan Model Berbasis Teori

Langkah pengembangan model teoritis dilakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang akan dikembangkan. SEM digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik. SEM merupakan sebuah *confirmatory technique*.

Teknik ini merupakan teknik menguji teori baru atau teori yang sudah dikembangkan dan yang akan diuji lagi secara empiris. Pengujian ini dapat dilakukan dengan mempergunakan SEM, tetapi SEM tidak dipergunakan untuk membentuk 45 hubungan kausalitas baru, melainkan dipergunakan untuk menguji pengembangan kausalitas yang sudah ada justifikasi teorinya hubungan kausalitas baru, melainkan dipergunakan untuk menguji pengembangan kausalitas yang sudah ada justifikasi teorinya.

b. Evaluasi kriteria *Goodness of Fit*

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Berikut ini beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off value* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak.

- 1) *X²-Chi-square* statistik, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai chi-squarenya rendah. Semakin kecil nilai *X²* semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p \geq 0.05$ atau $p \geq 0.10$.
- 2) RMSEA (*The root Mean Square Error of Approximation*), yang menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair 1992:138). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom*.
- 3) GFI (*Goodness of Fit Index*), adalah ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1.0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah '*better fit*'.
- 4) AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
- 5) CMIN/DF, adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan *Degree of Freedom*. CMIN/DF tidak lain adalah statistik *chi-square*,

X² dibagi DFnya disebut X² relatif. Bila nilai X² relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.

- 6) TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *base line* model, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah β 0,95 (Ferdinand, 2002) dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.
- 7) CFI (*Comparative Fit Index*), dimana bila mendekati 1, mengindikasikan tingkat *fit* yang paling tinggi (Arbuckle, 1997). Nilai yang direkomendasikan adalah CFI β 0,95.

Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.3
Kriteria Goodness Of Fit

<i>Goodness Of Fit Index</i>	<i>Cut-Of Value</i>
Significaned Probability	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber: Tontowi. 2019

c. Pengujian Asumsi Model SEM

Prinsip uji hipotesis asumsi model, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis yang dijelaskan berikut.

- 1) Asumsi linieritas yaitu asumsi yang menghendaki semua hubungan berbentuk linier. Uji linearitas, untuk memeriksanya dapat dilakukan dengan membuat diagram pencar (*scatter diagram*) atau pendekatan *curve fit* (pada software SPSS). Pengujian asumsi linieritas menggunakan metode *curve fit* yang dilakukan dengan software SPSS. Rujukan yang digunakan adalah jika nilai Sig model Linier ≤ 0.05 maka asumsi linieritas terpenuhi.
- 2) Asumsi tidak adanya outlier (pencilan). Outlier merupakan observasi yang muncul dengan nilai ekstrim secara *univariate* maupun *multivariate*, karena kombinasi karakteristik unik dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi lainnya. Outlier muncul dengan empat (4) kategori berikut.
 - a) Outlier muncul karena kesalahan prosedur seperti kesalahan dalam memasukkan data atau kesalahan dalam mengkode data.
 - b) Outlier muncul karena keadaan khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, tetapi peneliti mempunyai penjelasan mengenai apa yang menyebabkan munculnya nilai ekstrim tersebut.
 - c) Outlier muncul karena adanya sesuatu alasan, tetapi tidak dapat diketahui perihal penyebab munculnya ekstrim itu.

d) Outlier muncul dalam rentang nilai yang ada, tetapi apabila dikombinasikan dengan variabel lainnya, kombinasinya menjadi tidak lazim atau sangat ekstrim, yang disebut dengan *multivariate outlier*, maka menggunakan metode pengujian *Mahalanobis distance*.

3) Asumsi normalitas sebaran, yaitu data yang akan dianalisis (*variabel latent*) dengan menyebar normal (normal ganda). Dengan sampel yang besar (100), asumsi ini tidak terlalu kritis, landasannya adalah Dalil Limit Pusat (*Central Limit Theorem*), yaitu jika n (*sample size*) besar maka statistik dari sampel tersebut akan mendekati distribusi normal walaupun populasi dari mana sampel tersebut diambil tidak terdistribusi normal.

e. Pengujian Mengenai Struktural: Uji Hipotesis

Setelah model tersebut memenuhi syarat, maka yang perlu dilakukan selanjutnya adalah uji *regression weight/loading* faktor. Uji ini dilakukan sama dengan uji t terhadap *regression weight /loading faktor/ koefisien model*. Pengujian ini dilakukan terhadap:

1) Hipotesis mengenai *measurement* model: Parameter Lambda (λ), yaitu parameter yang berkenaan dengan pengukuran variabel latent berdasarkan variabel manifest (berkaitan dengan validitas instrumen).

Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \lambda_i = 0$ (tidak signifikan)

$H_1 : \lambda_i > 0$ (signifikan)

2) Hipotesis mengenai *structural model*:

Parameter Beta (β), yaitu parameter pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam *structural model*.

Hipotesis yang di uji:

H0 : $\beta_i = 0$ (tidak signifikan)

H1 : $\beta_i \neq 0$ (signifikan)

Parameter Gama (γ), yaitu parameter pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen dalam *structural model*.

Hipotesis yang di uji:

H0 : $\gamma_i = 0$ (tidak signifikan)

H1 : $\gamma_i \neq 0$ (signifikan)

Uji ini sama dengan uji t (uji parsial) dalam *multiple regression*, uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan ketentuan:

jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ berarti variabel tersebut signifikan dan

jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti. variabel tersebut tidak signifikan

Ferdinand (2002: 75) menjelaskan bahwa t_{hitung} identik dengan C.R (*critical ratio*) yang diuji dengan nilai probabilitas p , dimana jika $p \leq 0,05$ menunjukkan pengaruh yang signifikan dan jika $p \geq 0,05$ menunjukkan tidak signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum UMKM Kabupaten Bulungan

Penelitian ini dilakukan di seratus (100) industri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara.

Tingginya jumlah usia produktivitas tidak sebanding lurus dengan tersedianya jumlah lowongan pekerjaan, hingga memacu masyarakat dalam terciptanya pergerakan dalam dunia usaha hingga peningkatan daya saing guna majunya ekonomi di masyarakat tersebut. Sehingga kini mulai munculnya para pelaku usaha home industri ataupun sektor industri UMKM sebagai salah satu penggerak perekonomian masyarakat. Pengembangan dalam industri UMKM ini adalah cara yang diupayakan oleh pemerintah baik pusat maupun daerah, sehingga masyarakat dapat diberdayakan dengan program-program yang dicanangkan oleh pemerintah.

Kemajuan industri UMKM memberikan kontribusi besar untuk pertumbuhan ekonomi. Untuk menguatkan kedudukan UMKM industri adalah dengan menegakkan hukum persaingan usaha, sehingga terciptanya persaingan yang bersih dan sehat. Undang-undang (UU) nomor 5 Tahun 1999, tentang Larangan Praktek

Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, bertujuan untuk mewujudkan iklim usaha yang sehat dan tanggung jawab.

Selain itu, antara lain untuk memperkuat rujukan UMKM adalah hadirnya UU. No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, (UMKM) sebagai membina dan mengembangkan dengan pengupayaan yang dilakukan pemerintah, dalam bentuk wirausaha/pelaku usaha dan masyarakatnya dengan memberikan pembimbingan, membantu diperkuatnya guna penumbuhan dan meningkatkan mempunyai home industri ataupun pengusaha kecil hingga dapat sebagai pengusaha yang kuat dan berdiri sendiri sehingga berkembangnya menjadi pengusaha menengah.

Dengan hadir PLUT yang ada di Kabupaten Bulungan bersama dengan Prindakop Kabupaten Bulungan melalui UMKM memfasilitas, membimbing, melakukan dampingan, serta membantu penguat untuk meningkatkan kemampuan serta terciptanya daya saing bagi pelaku insuatri UMKM. Dengan adanya industri UMKM di tengahnya persaingan dagang bebas sangat penting dalam mendorong peningkatan keunggulan bersaing pelaku industri UMKM.

Industri UMKM sendiri juga memiliki banyak kendala berupa terbatasnya dalam hal modal kerja, dan pelatihan serta pembimbingan kurang merata sehingga kualitas SDM yang dimiliki cukup rendah pula, hingga kurangnya penguasaan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Industri UMKM salah satu penguat perekonomian daerah.

Gambar 4.1
Sampel Produk UMKM Industri di Kabupaten Bulungan



Sumber: Data primer, 2022

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM, pada tahun 2020 Jumlah UMKM di Kabupaten Bulungan ini berjumlah 8.779. Yang terdiri dari Kecamatan Tanjung Selor jumlah keseluruhannya 4.212, Kecamatan Tanjung Palas sebanyak 1.472, Kecamatan Tanjung Palas Barat sebanyak 372, Kecamatan Tanjung Palas Utara sebanyak 332, Kecamatan Tanjung Palas Timur sebanyak 743, Kecamatan Tanjung Palas Tengah sebanyak 708, Kecamatan Sekatak sebanyak 130, Kecamatan Peso sebanyak 89, Kecamatan Peso Hilir sebanyak 18, dan Kecamatan Bunyu sebanyak 703. Data ini diambil pada Tahun 2020 di Disprindagkop Kabupaten Bulungan. Penelitian ini difokuskan pada UMKM berbasis Industri di kabupaten Bulungan berjumlah 874.

Tabel 4.1
Data UMKM Industri yang ada di Kabupaten Bulungan

Lokasi Usaha	No.	Bidang Usaha	Total
Mikro: 853 Unit UMKM Industri			
Tanjung Selor	1.	Olahan Tepung	2
	2.	Peternakan	122
	3.	Kerajinan Tangan	47
	4.	Pembuatan Tahu & Tempe	3
	5.	Batu-Bata	21
	6.	Kerupuk & keripik	5
	7.	Jamu	1
	8.	Perkebunan	8
	9.	Mebel	2
	10.	Bumbu Masak	7
	11.	Gypsum	1
	12.	Pembuatan Gorong-gorong	1
	13.	Pembuatan Kue	7
	14.	Box Pengeras Sound Sistem	1
	15.	Home Industri	21
	16.	Olahan Pangan	3

	17.	Pembuatan Arang	1
	18.	Pembuatan Bantal	1
Jumlah			254
Tanjung Palas	1.	Home Industri	6
	2.	Kerajinan Tangan	60
	3.	Kerupuk & keripik	14
	4.	Olahan Serbuk Jahe	1
	5.	Selai	1
	6.	Kebun & Pertanian	131
	7.	Budidaya & peternakan	43
	8.	Kue	4
	9.	Tahu & tempe	4
	10.	Soya	1
	11.	Olahan pangan	10
	12.	Sa'ung	2
	13.	Perahu	2
	14.	Tepung	1
	15.	Bandeng Tanpa Duri	1
Jumlah			281
	1.	Kerajinan Tangan	20

Tanjung Palas Barat	2.	Kerupuk & Keripik	2
	3.	Peternakan & Budidaya	14
	4.	Tempe & Tahu	2
	5.	Pertanian & perkebunan	26
Jumlah			64
Tanjung Palas Tengah	1.	Keripik & Kerupuk	22
	2.	Peternakan & Budidaya	15
	3.	Home Industri	1
	4.	Kerajinan Tangan	7
	5.	Mebel	1
	6.	Tahu & Tempe	7
	8.	Tepung	3
	9.	Pengelolaan Yang Lainnya	1
	10.	Pertanian & perkebunan	17
	11.	Penyediaan Makanan Lainnya	5
	12.	Kue	1
Jumlah			80
Tanjung Palas Timur	1.	Batako	1
	2.	Peternakan & Budidaya	38
	3.	Kerajinan Tangan	1

	4.	Keripik & Kerupuk	9
	5.	Mebel	7
	6.	Pabrik Kelapa	1
	7.	Tahu & Tempe	3
	8.	Produk Lada Hitam & Putih	1
	9.	Ikan Belah	1
Jumlah			62
Bunyu	1.	Tahu & Tempe	3
	2.	Ternak & Budidaya	18
	3.	Kripik & Krupuk	10
	4.	Kerajinan Tangan	7
	5.	Kebun & Pertanian	2
	6.	Mebel	1
	7.	Kue	1
	8.	Pengelolaan & Pengawetan Ikan	2
	9.	Jahe Instan	1
	10.	Gula Merah	1
	11.	Es Batu	2
	12.	Pengelolaan Ikan	1
	13.	Empek-Empek	1

	14.	Pengelolaan & Masakan Olahan	1
	15.	Bumbu Masak Penyedap Masakan	1
Jumlah			52
Sekatak	1.	Jamur Krispi	1
Jumlah			1
Tanjung Palas Utara	1.	Kerajinan Tangan	4
	2.	Peternakan & Budidaya	37
	3.	Batako	1
	4.	Tahu & Tempe	6
	5.	Kerupuk & Keripik	3
	6.	Pot	1
	7.	Suling Minyak Gaharu	1
Jumlah			53
Peso	1.	Kerajinan Tangan	8
	2.	Ternak & Budidaya	3
Jumlah			11
Kecil: 20 Unit UMKM Industri			
Tanjung Selor	1.	Mebel	6
	2.	Kue	2
	3.	Tahu & Tempe	3

	4.	Industri Germen, Pemesanan Parain	1
	5.	Kerupuk & Keripik	5
	6.	Pabrik Es	1
Jumlah			20
Menengah: 1 UMKM Industri			
Tanjung Selor	1.	Mebel	1
Jumlah			1
Total			874

Sumber: Disperindakop Kab. Bulungan, 2021

Keterangan:

- a. Jumlah UMKM Industri Mikro Di Kabupaten Bulungan, yaitu 853: Tanjung Selor (254), Tanjung Palas (281), Tanjung Palas Barat (64), Tanjung Palas Tengah (80), Tanjung Palas Timur (62), Bunyu (52), Sekatak (1), Tanjung Palas Utara (53), Peso (11). Dengan beragam bidang usaha yang disebutkan di Tabel 4.1.
- b. Jumlah UMKM Industri Kecil di Kabupaten Bulungan, yaitu 20 unit yang berada di Tanjung Selor dengan beragam bidang usaha yang disebutkan di Tabel 4.1.
- c. Jumlah UMKM Industri Menengah di Kabupaten Bulungan adalah 1 Unit bidang usaha mebel yang berlokasi di Tanjung Selor.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan Jenis Kelamin, jumlah pelaku UMKM Industri yang menjadi responden dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

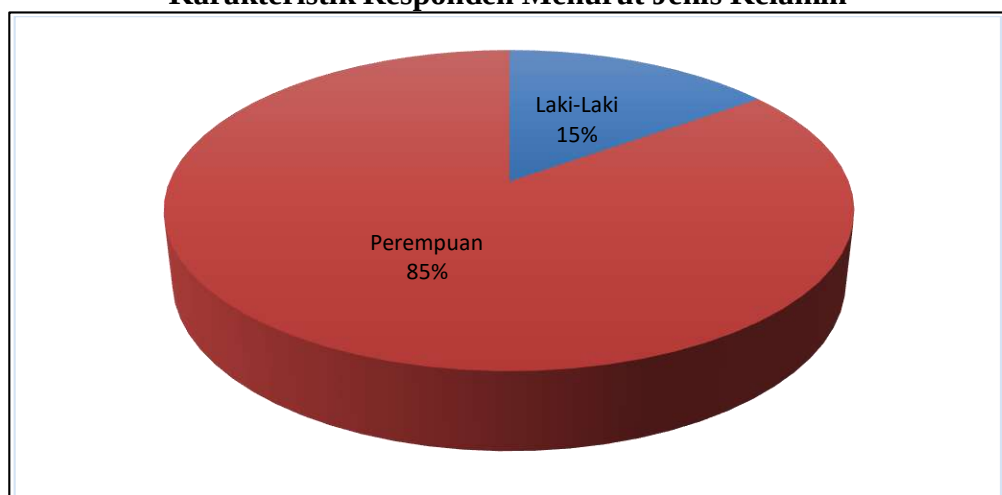
Tabel 4.2
Karakteristik Responden Menurut Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	15	15%
Perempuan	85	85%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah 2022

Lebih jelas data usia pelaku UMKM Industri yang menjadi responden dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin



Sumber: Data diolah 2022

Dari data dan gambar di atas dapat diketahui bahwa jumlah pelaku UMKM industri perempuan merupakan jumlah terbanyak yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 85 pelaku UMKM atau 85%.

4.2.2 Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan usia, jumlah pelaku UMKM industri yang menjadi responden dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

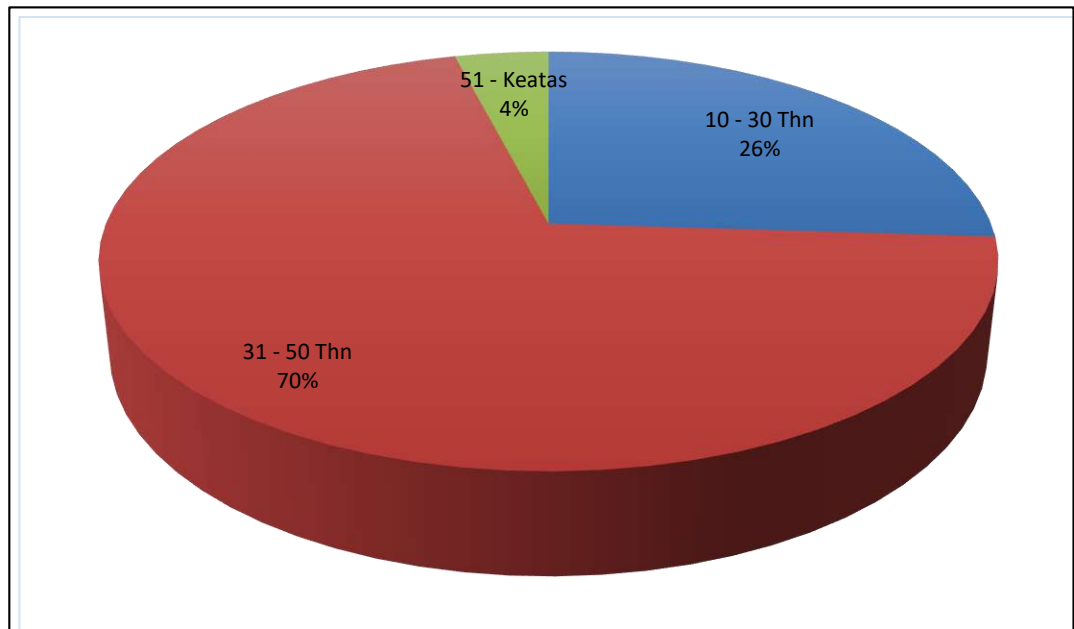
Tabel 4.3
Karakteristik Responden Menurut Usia

USIA	JUMLAH	PERSENTASE
10 – 30	26	26%
31 – 50	70	70%
51 – Keatas	4	4%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah 2022

Lebih jelas data usia pelaku UMKM industri yang menjadi responden dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Menurut Usia



Sumber: Data diolah 2022

Dari data dan gambar diatas dapat diketahui bahwa pelaku UMKM industri usia 31 – 50 tahun merupakan jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini yaitu sebanyak 70 pelaku UMKM atau sebanyak 70%, sedangkan pelaku UMKM industri dengan jumlah paling sedikit adalah pelaku UMKM usia 51 – keatas yaitu sebanyak 4 atau 4%.

4.2.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, jumlah pelaku UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

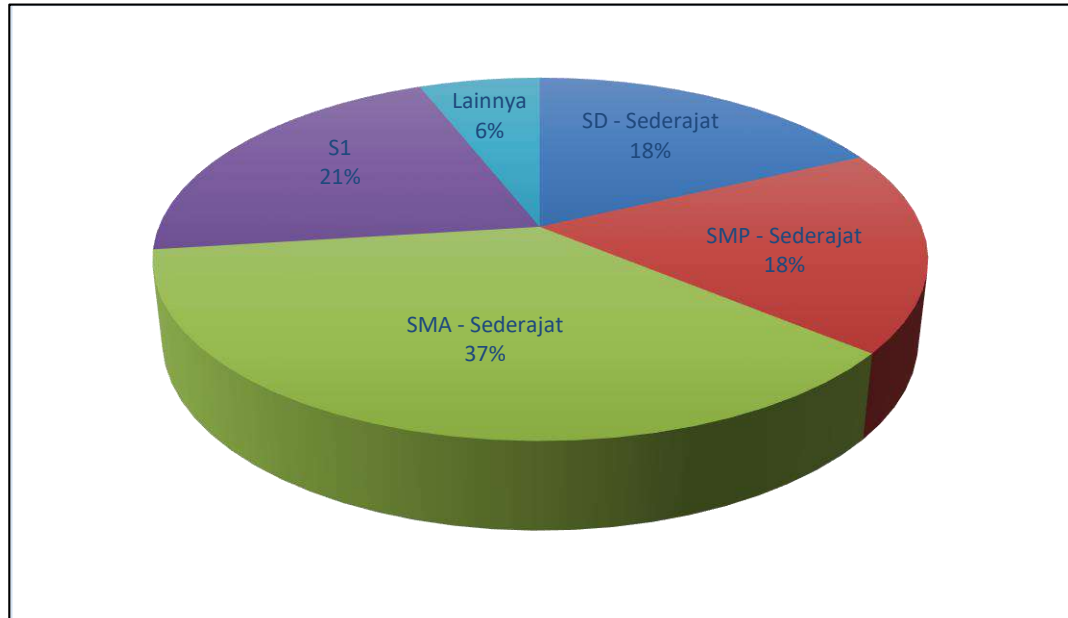
Tabel 4.4
Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Usaha	Jumlah	Persentase
SD – Sederajat	18	18%
SMP – Sederajat	18	18%
SMA – Sederajat	37	37%
S1	21	21%
Lainnya	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Lebih jelas data usaha yang menjadi responden dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir



Sumber: Data diolah, 2022

Dari data dan gambar diatas dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir pelaku UMKM indstri SMA - Sederajat merupakan jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini yaitu sebanyak 37 pelaku UMKM atau sebanyak 37%, sedangkan lainnya dengan jumlah 6 atau sebanyak 6% merupakan jumlah responden paling sedikit dalam penelitian ini.

4.2.4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Usaha

Berdasarkan jenis usaha, jumlah pelaku UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

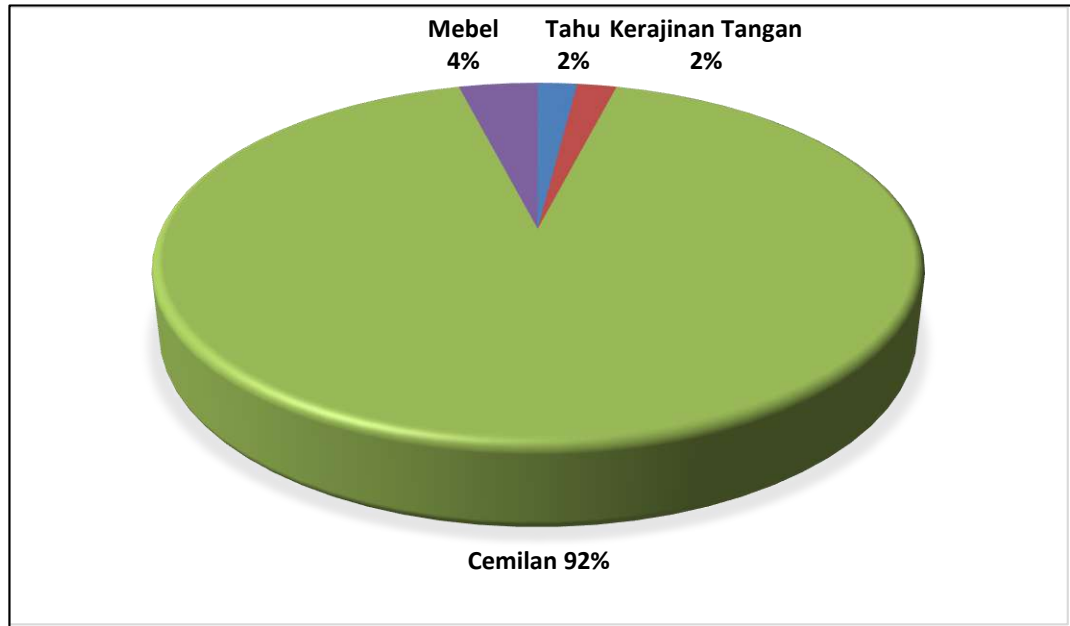
Tabel 4.5
Karakteristik Responden Menurut Jenis Usaha

USAHA	JUMLAH	PERSENTASE
Tahu	2	2%
Kerajinan Tangan	2	2%
Cemilan	92	92%
Mebel	4	4%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Lebih jelas data usaha yang menjadi responden dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Menurut Jenis Usaha



Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari data diatas dapat diketahui bahwa usaha industri cemilan merupakan jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini yaitu sebanyak 92 atau sebanyak 92%, sedangkan usaha tahu dan kerajinan tangan dalam penelitian ini merupakan responden paling sedikit yaitu 2 atau sebanyak 2 %.

4.2.5 Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha

Berdasarkan lama usaha, jumlah pelaku UMKM industri yang menjadi responden dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

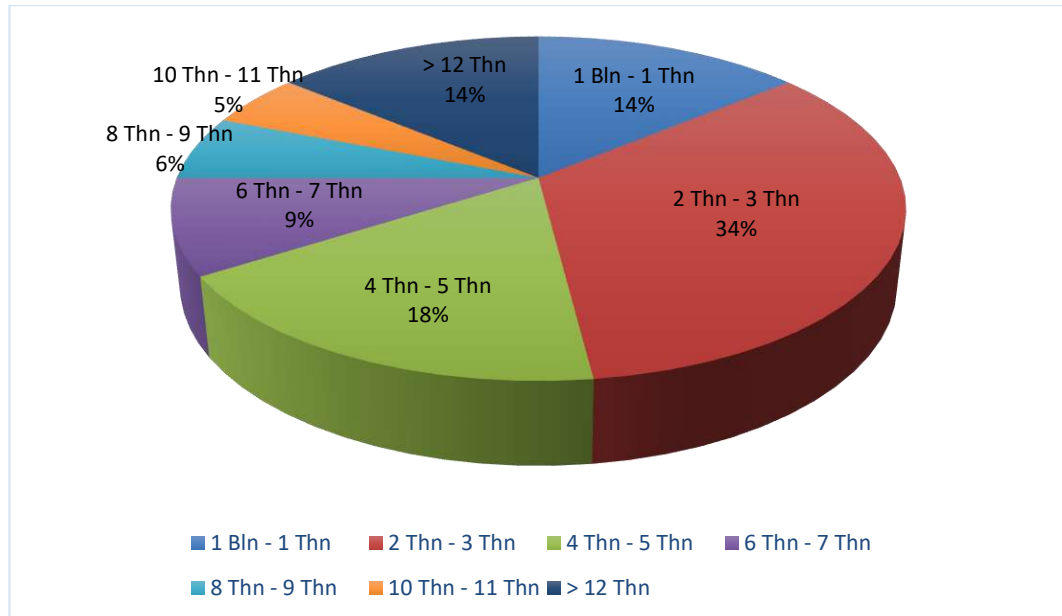
Tabel 4.6
Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase
1 Bln – 1 Thn	14	14%
2 Thn – 3 Thn	34	34%
4 Thn – 5 Thn	18	18%
6 Thn – 7 Thn	9	9%
8 Thn – 9 Thn	6	6%
10 Thn – 11 Thn	5	5%
≥ 12 Thn	14	14%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2022

Lebih jelas data lama usaha yang menjadi responden dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.6
Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha



Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari data diatas dapat diketahui bahwa lama usaha 2 – 3 Tahun merupakan jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini yaitu sebanyak 38 atau sebanyak 38%, sedangkan lama usaha 10 – 11 Tahun dalam penelitian ini merupakan responden paling sedikit yaitu 5 atau sebanyak 5 %.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Pada uji ini terdapat dua pengujian data yang dilakukan, yaitu Uji Validitas dan Uji Realibilitas. Pada proses penyebaran instrument penelitian (kuesioner) diperoleh sebanyak 100 kuesioner yang terisi dengan lengkap.

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas disajikan secara lengkap pada Lampiran 3 dan disajikan dalam pembahasan berikut ini:

4.3.1 Hasil Uji Instrumen Validitas Penelitian

Validitas instrument penelitian diuji dengan alat analisis Korelasi *Pearson* antara item dengan total item. Jika nilai kolerasi di atas 0.30, mengindikasikan item tersebut valid. Sebaliknya jika nilai kolerasi di bawah 0.30 mengindikasikan item tersebut tidak valid, dan layak untuk tidak di ikutsertakan pada tahap selanjutnya (Tontowi, 2019:265).

Hasil pengujian validitas setiap variabel disajikan seperti dalam Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Kolerasi <i>Pearson</i>	Keterangan
Peran Pemerintah	X1.1 = Pelatihan/Pembinaan	0,500	Valid
	X1.2 = Bantuan	0,500	Valid
Kreativitas	Y1.1 = Keahlian	0,639	Valid
	Y1.2 = Kemampuan	0,577	Valid
	Y1.3 = Motivasi	0,448	Valid
Keunggulan Bersaing	Y2.1 = <i>Cost Leadership</i>	0,681	Valid
	Y2.2 = <i>Differentiation</i>	0,597	Valid
	Y2.3 = <i>Focus</i>	0,639	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Dari tabel diatas dilihat bahwa semua pernyataan yang menggambarkan dua indikator Peran pemerintah (X1), dapat dikatakan valid karena memiliki nilai kolerasi *pearson* $\geq 0,3$ yaitu 0,500 dan 0,500. Pada variabel kedua dapat dilihat bahwa semua pernyataan yang mewakili tiga indikator Kreativitas (Y1) dapat dikatakan valid karena memiliki nilai kolerasi *pearson* $\geq 0,3$ yaitu antara 0,448 hingga 0,639. Dan pada variabel ketiga dapat dilihat bahwa semua pernyataan yang menggambarkan tiga indikator Keunggulan Bersaing (Y2) dapat dikatakan valid karena memiliki nilai kolerasi *Pearson* $\geq 0,3$ yaitu antara 0,597 hingga 0,681.

Dari hasil uji instrument di atas dan perhitungan lengkap pada lampiran 3, menunjukan seluruh instrument pada tiga variabel penelitian yaitu Peran Pemerintah (X1), Kreativitas (Y1), dan Keunggulan Bersaing (Y2) dinyatakan valid. Artinya, semua instrument dalam penelitian ini mampu mengukur sasaran penelitian. Dikarenakan semua instrumen valid, maka semua pernyataan untuk menjabarkan delapan indikator dan tiga variabel dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.3.2 Hasil Uji Instrumen Reliabilitas Variabel Penelitian

Sedangkan reliabilitas instrument yang menggunakan skala pengukurang *Likert* harus diuji dengan alat analisis *Alpha Cronbach*. Jika nilai koefisien *alpha Cronbach* diatas 0,60 mengindikasikan instrument reliabel, sebaliknya jika nilai koefisien *Alpha Cronbach* di bawah 0,60 mengindikasikan instrument reliabel (Tontowi, 2019:265).

Hasil pengujian realibilitas setiap variabel disajikan seperti dalam Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji dan Realibilitas Variabel

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Peran Pemerintah	0,664	Reliabel
Kreativitas	0,655	Reliabel
Keunggulan Bersaing	0,729	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari table di atas dapat dilihat bahwa semua variabel mempunyai nilai *alpha Cronbach* $\geq 0,60$ yaitu berkisar antara 0,655 hingga 0,729. Karena semua nilai *alpha Cronbach* dari tiga variabel $\geq 0,60$ maka instrument penelitian dapat dinyatakan reliabel. Artinya, semua instrument dalam penelitian ini dapat dinyatakan andal atau dapat dipercaya. Perhitungan lengkap bias dilihat pada lampiran 4.

4.4 Deskripsi Variabel Penelitian

Dibawah ini akan dijelaskan mengenai deskripsi variabel penelitian yaitu distribusi frekuensi jawaban responden penelitian terhadap kuesioner yang dibagikan dan distribusi frekuensi tersebut diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden. Variabel dalam penelitian ini diukur dengan pernyataan yang disebarkan melalui kuesioner dengan menggunakan lima pilihan jawaban yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS, skor 1), Tidak Setuju (TS, skor 2), Netral (N, skor 3), Setuju (S, skor 4), Sangat Setuju (SS, skor 5).

Kriteria rata-rata hasil penelitian responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Tabel Nilai dan Predikat

Nilai	Kualifikasi
0,1 – 1,0	Sangat Buruk
1,1 – 2,0	Buruk
2,1 – 3,0	Cukup
3,1 – 4,0	Baik
4,1 – 5,0	Sangat Baik

Sumber: Tontowi (2019)

4.4.1 Deskripsi Variabel Peran Pemerintah (X1)

Pada variabel Peran Pemerintah (X1) terdapat dua indikator yaitu, Pelatihan/Pembinaan (X1.1) dan Bantuan (X1.2). Berikut disajikan distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel Peran Pemerintah (X1) sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi Variabel Peran Pemerintah (X1)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Rata-Rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	3	3,0	14	14,0	29	29,0	51	51,0	3	3,0	3,37
X1.2	9	9,0	34	34,0	35	35,0	19	19,0	3	3,0	2,73
Rata-Rata Skor											3,05

Sumber: Data primer diolah, 2022

Secara keseluruhan jawaban responden terhadap seluruh indikator variabel Peran Pemerintah, hasilnya 2,73 dan 3,37 dengan rata-rata skor sebesar 3,05. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan responden terhadap peran pemerintah pada kriteria cukup. Rata-rata jawaban seperti ini memberikan gambaran bahwa peran pemerintah dalam pandangan responden adalah cukup. Perhitungan lengkap dapat dilihat lampiran 5.

4.4.2 Deskripsi Variabel Kreativitas (Y1)

Pada variabel Kreativitas (Y1) terdapat tiga indikator yaitu, Keahlian (Y1.1), Kemampuan (Y1.2) dan Motivasi (Y1.3). Berikut disajikan distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel Kreativitas (Y1) sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.11
Deskripsi Variabel Kreativitas (Y1)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Rata-Rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	1	1,0	8	8,0	8	8,0	71	71,0	12	12,0	3,85
Y1.2	1	1,0	4	4,0	12	12,0	72	72,0	11	11,0	3,88
Y1.3	1	1,0	6	6,0	20	20,0	64	64,0	9	9,0	3,74
Rata-Rata Skor											3,82

Sumber: Data primer diolah, 2022

Secara keseluruhan jawaban responden terhadap seluruh indikator Kreativitas, hasilnya berkisar antara 3,74 s.d. 3,88 dengan rata-rata skor sebesar 3,82. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan responden terhadap kreativitas pada kriteria baik. Rata-rata jawaban seperti ini memberikan gambaran bahwa kreativitas dalam pandangan responden adalah baik. Perhitungan lengkap dapat dilihat lampiran 5.

4.4.3 Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing (Y2)

Pada variabel Keunggulan Bersaing (Y2) terdapat tiga indikator yaitu, *Cost Leadership* (Y2.1), *Differentiation* (Y2.2), dan *Focus* (Y2.3). Berikut disajikan distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel Keunggulan Bersaing (Y2) sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.12
Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing (Y2)

Indikator	Skor Jawaban Responden										Rata-Rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y2.1	0	0	1	1,0	14	14,0	69	69,0	16	16,0	4,00
Y2.2	0	0	4	4,0	11	11,0	65	65,0	20	20,0	4,01
Y2.3	0	0	7	7,0	17	17,0	66	66,0	10	10,0	3,79
Rata-Rata Skor											3,93

Sumber: Data primer diolah, 2022

Secara keseluruhan jawaban responden terhadap seluruh indikator Keunggulan Bersaing, hasilnya berkisar antara 3,79 s.d. 4,01 dengan rata-rata skor sebesar 3,93. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan responden terhadap keunggulan bersaing UMKM pada kriteria baik. Rata-rata jawaban seperti ini memberikan gambaran bahwa keunggulan bersaing dalam pandangan responden adalah baik. Perhitungan lengkap dapat dilihat lampiran 5.

4.5 Hasil Pengujian Analisis SEM

Terdapat beberapa pengujian asumsi yang dilakukan dalam SEM, yaitu normalitas, linieritas dan outlier.

4.5.1 Normalitas

Asumsi normalitas *multivariate* diuji dengan bantuan *software* AMOS 20 pada lampiran 6. Hasil pengujian dipeoleh nilai *critical ratio* sebesar 7,664 dengan

nilai Z_{hitung} untuk α 5% adalah sebesar 19,388. Karena nilai mutlak CR untuk multivariate sebesar $7,664 \leq 19,388$ maka asumsi normalitas multivariate terpenuhi dan data terbukti normal.

4.5.2 Outlier

Untuk menguji ada tidaknya outlier, dapat dilihat dengan *mahalanobis distance* (Md). *Mahalanobis distance* adalah suatu jarak yang mengukur jauh dekatnya titik pusat data “rata-rata” dengan masing-masing titik observasi. Dalam kasus ini titik observasi adalah nomor kuisioner dari responden. Pemeriksaan terhadap *outliers multivariate* dilakukan menggunakan kriteria *mahalanobis* pada tingkat $p \leq 0.001$ (Tontowi, 2019:273).

Mahalanobis distance dievaluasi menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar banyaknya parameter dalam modal yang digunakan yaitu= 100 dimana dari table statistic diperoleh $X^2_{100} = 289,306$ Kaidah pengambilan keputusan, jika Md dari titik observasi $\geq 289,306$ maka dikatakan bahwa titik observasi itu adalah outlier, sedangkan jika Md dari titik observasi $31,965 \leq 289,306$ maka dikatakan bahwa titik observasi itu bukan suatu outlier.

Dari tabel *Mahalanobis distance* (Lampiran 7) dapat dilihat bahwa titik observasi yang paling jauh adalah responden ke 63 dengan nilai Md= 31,965. jika dibandingkan dengan nilai= 289,306 maka nilai Md titik ke 63 $\leq$, maka disimpulkan bahwa semua titik observasi bukan merupakan outlier. Tidak ada jawaban responden yang dapat merusak data.

4.5.3 Linieritas

Pengujian asumsi linieritas menggunakan mode *curve fit* yang dilakukan dengan *software* SPSS. Rujukan yang digunakan adalah jika nilai Sig Model Linier $\leq 0,05$ maka asumsi linieritas terpenuhi (Tontowi, 2019:274). Hasil pengujian linieritas hubungan antar variabel disajikan pada table berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Asumsi Linieritas

Hubungan Antar Variabel		Hasil Pengujian	Keputusan
Peran Pemerintah (X1)	Kreativitas (Y1)	0,250	Non Linier
Peran Pemerintah (X1)	Keunggulan Bersaing (Y2)	0,036	Non Linier
Kreativitas (Y1)	Keunggulan Bersaing (Y2)	0,001	Linier

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel diatas terlihat bahwa terdapat dua hubungan yang tidak linier dan satu hubungan yang linier. Yang artinya dapat diprediksi bahwa satu hubungan tidak signifikan dan dua hubungan yang signifikan (Lampiran 8).

4.6 Goodness Of Fit Model

Model teoritis pada kerangka konseptual penelitian, dikatakan *fit* jika didukung oleh data empirik. Hasil pengujian *goodness of fit overall model*, sesuai

dengan hasil analisis SEM pada Lampiran 9, guna mengetahui apakah model hipotetik didukung oleh data empirik, diberikan pada Tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Pengujian *Goodness Of Fit Overall Model*

Kriteria	<i>Cut-of value</i>	Hasil Model	Keterangan
Chi Kuadrat	Kecil	33.655	Model Baik
P-value	$\geq 0,05$	0,009	Model Tidak Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1.980	Model Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,928	Model Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,848	Model Tidak Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,836	Model Tidak Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,901	Model Tidak Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,099	Model Tidak Baik

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil pengujian *Goodness of Fit Overall* berdasarkan Tabel diatas, menurut Arbuckle dan Wothke, dalam Tegar (2020:76), kriteria terbaik yang digunakan sebagai indikasi kebaikan model adalah nilai *Chi Square/DF* yang $\leq 2,00$, dan RMSEA yang $\leq 0,08$. Pada penelitian ini, nilai CMIN/DF memenuhi nilai *cut off* sedangkan RMSEA tidak memenuhi nilai *cut off*.

4.7 Model Pengukuran (*Confirmatory Factor analysis/CFA*)

Menurut Tontowi (2019:275) model pengukuran diukur dari nilai *loading factor* (*standardize coefficient*) pada setiap indikator variabel laten. Nilai *loading factor* menunjukkan bobot dari setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel. Indikator dengan *loading factor* besar menunjukkan bahwa indikator tersebut sebagai pengukur variabel yang terkuat (dominan).

Berikut disajikan pembahasan mengenai modal pengukuran setiap variabel dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

4.7.1 Pengujian *Measurement Model* Variabel Peran Pemerintah (X1)

Variabel pertama Peran Pemerintah, variabel ini diukur oleh dua indikator. Berikut disajikan hasil *measurement* sebagaimana Tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Pengujian *Measurement Model* Peran Pemerintah (X1)

Indikator	Standardize	P-value	Keterangan
X1.1 = pelatihan/pembinaan	0,80	0,000	Signifikan
X1.2 = pembinaan	0,62	0,084	Non Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari Tabel 4.15 diatas, diperoleh hasil *measurement* model (lampiran 10) pada variabel Peran Pemerintah (X1) diukur oleh dua indikator, yaitu X1.1 Pelatihan/Pembinaan, X1.2 Pembinaan. Dua indikator dari variabel ini memiliki nilai P-value ≥ 0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa dua indikator ini signifikan mengukur Peran Pemerintah (X1). Mengingat koefisien *standardize* bertanda

positif mengidentifikasi semakin tinggi nilai *standardize* maka hasil pengukuran variabel Peran Pemerintah juga akan semakin tinggi. Berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Peran Pemerintah adalah Pelatihan/Pembinaan 0.80. Hal ini menunjukkan indikator inilah yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Peran Pemerintah.

4.7.2 Pengujian *Measurement Model* Variabel Kreativitas (Y1)

Variabel pertama Kreativitas, variabel ini diukur oleh tiga indikator. Berikut disajikan hasil *measurement* sebagaimana Tabel berikut ini:

Tabel 4.16

Hasil Pengujian *Measurement Model* Kreativitas (Y1)

Indikator	Standardize	P-value	Keterangan
Y1.1 = Keahlian	0,53	0,000	Signifikan
Y1.2 = Kemampuan	0,64	0,000	Signifikan
Y1.3 = Motivasi	0,72	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari Tabel 4.16 diatas, diperoleh hasil *measurement* model (lampiran 10) pada variabel Kreativitas (Y1) diukur oleh tiga indikator, yaitu Y1.1 Keahlian, Y1.2 Kemampuan, Y1.3 Motivasi. Tiga indikator dari variabel ini memiliki nilai P-value ≥ 0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tiga indikator ini signifikan mengukur Kreativitas (Y1). Mengingat koefisien *standardize* bertanda positif mengidentifikasi semakin tinggi nilai *standardize* maka hasil pengukuran

variabel Kreativitas juga akan semakin tinggi. Berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Kreativitas adalah Motivasi 0.72. Hal ini menunjukkan indikator inilah yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Kreativitas.

4.7.3 Pengujian *Measurement Model* Variabel Keunggulan Bersaing (Y2)

Variabel pertama Keunggulan Bersaing, variabel ini diukur oleh tiga indikator. Berikut disajikan hasil *measurement* sebagaimana Tabel berikut ini:

Tabel 4.17
Hasil Pengujian *Measurement Model* Keunggulan Bersaing (Y2)

Indikator	Standardize	P-value	Keterangan
Y2.1= <i>Cost Leadership</i>	0,66	0,000	Signifikan
Y2.2= <i>Differentiation</i>	0,70	0,000	Signifikan
Y2.3= <i>Focus</i>	0,71	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2022

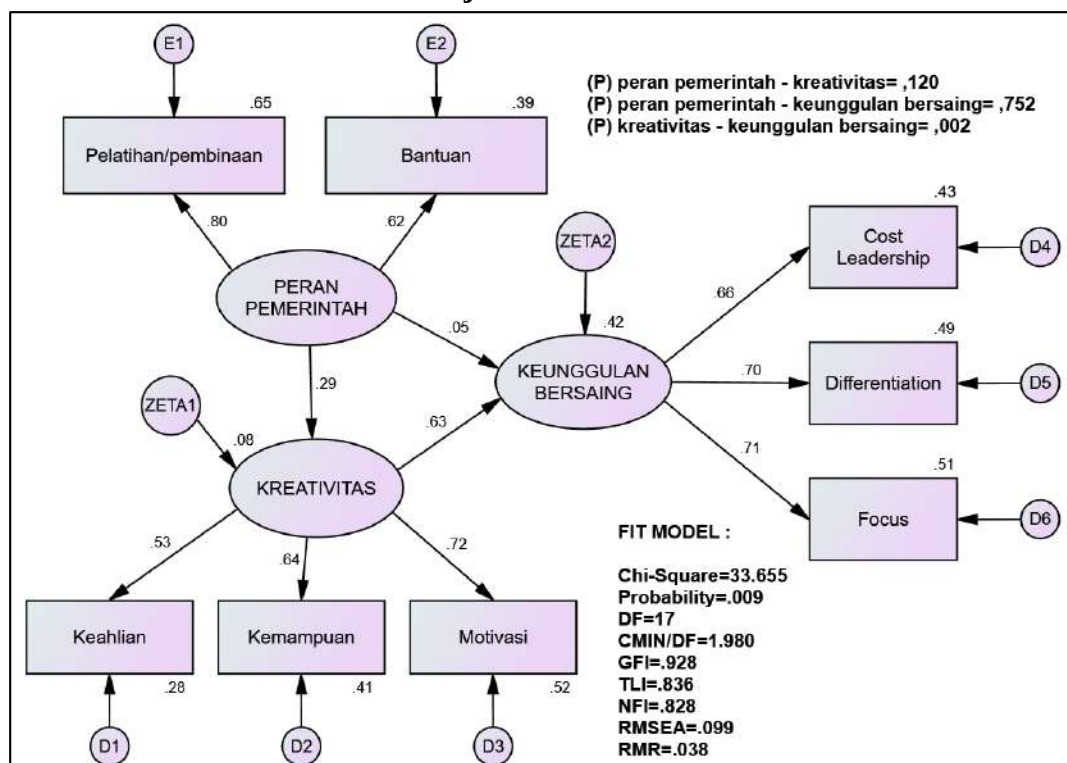
Dari Tabel 4.17 diatas, diperoleh hasil *measurement* model (Lampiran 10) pada variabel Keunggulan Bersaing (Y2) diukur oleh tiga indikator, yaitu Y2.1 *Cost Leadership*, Y2.2 *Differentiation*, Y2.3 *Focus*. Tiga indikator dari variabel ini memiliki nilai P-value ≥ 0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tiga indikator ini signifikan mengukur Keunggulan Bersaing (Y2). Mengingat koefisien *standardize* bertanda positif mengidentifikasikan semakin tinggi nilai *standardize* maka hasil pengukuran variabel Keunggulan Bersaing juga akan semakin tinggi. Berdasarkan data dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk

variabel Keunggulan Bersaing adalah *Focus* 0,71. Hal ini menunjukkan indikator inilah yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Keunggulan Bersaing.

4.8 Model Struktur

Dalam model struktural ini, diuji empat hipotesis hubungan antar variabel (pengaruh langsung) ada tiga dan satu pengaruh tidak langsung secara keseluruhan. Berikut disajikan secara lengkap hasil pengujian hubungan antar variabel penelitian seperti dalam gambar dan tabel berikut:

Gambar 4.7
Hasil Uji Analisis SEM



Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.18
Model Struktural Hasil SEM: Pengaruh Langsung

Hubungan Antar Variabel	Koefisien	P-value	Keterangan
Peran Pemerintah (X) – Kreativitas (Y)	0,29	0,120 ^{ns}	Non Signifikan
Peran Pemerintah (X) – Keunggulan Bersaing (Y2)	0,05	0,752 ^{ns}	Non Signifikan
Kreativitas (Y) – Keunggulan Bersaing (Y2)	0,63	0,002*	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2022

Keterangan: Tanda * menyatakan signifikan pada tingkat kesalahan 5% Tanda ^{ns} menyatakan hubungan yang tidak signifikan (Non Signifikan).

Berdasarkan atas tabel di atas, maka hasil pengujian Analisis regresi sederhana disajikan sebagai berikut:

1. Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Kreativitas, hal ini terlihat dari p-value, sebesar $0,120 \geq \alpha (0,05)$. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah semakin tinggi pula Kreativitas.
2. Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini terlihat dari p-value, sebesar $0,752 \geq \alpha (0,05)$. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing.
3. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini terlihat dari p-Value sebesar $0,002 \geq \alpha (0,05)$. Karena koefisien bertanda

Positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya semakin baik Kreativitas semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing.

Selain pengujian pengaruh langsung, di dalam SEM juga dikenal pengaruh tidak langsung (*indirect effect*). Pengaruh tidak langsung adalah hasil perkalian dua pengaruh tidak langsung. Pengaruh tidak langsung dinyatakan signifikan jika kedua pengaruh langsung yang membentuk adalah signifikan. Berikut disajikan hasil pengaruh tidak langsung sebagaimana Tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4.19
Model Struktural Hasil SEM: Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh Tidak Langsung	Koefisien Pengaruh Langsung	Koefisien Pengaruh Langsung	Koefisien Pengaruh Tidak Langsung	Keterangan
X1 → Y1 → Y2	X1 → Y1 = 0,29	Y1 → Y2 = 0,63	18,27 ^{ns}	Non Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2022

Keterangan: Tanda ^{ns} menyatakan hubungan yang tidak signifikan (Non Signifikan).

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil pengujian model struktural disajikan. Yaitu, pengaruh tidak langsung antara Peran Pemerintah (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) melalui Kreativitas (Y1), diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 18,27. Karena pengaruh langsung antara Peran Pemerintah ke Kreativitas tidak signifikan sedangkan pengaruh langsung antara Kreativitas ke Keunggulan Bersaing signifikan, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh tidak

langsung yang tidak signifikan antara Peran Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kreativitas. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Artinya semakin tinggi nilai Peran Pemerintah, semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing, jika Kreativitas juga tinggi.

4.9 Pengujian Hipotesis

4.9.1 Pengaruh Peran Pemerintah (X1) terhadap Kreativitas (Y1)

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara Peran Pemerintah (X1) dengan Kreativitas (Y1) Peran Pemerintah sebesar 0,29 dengan P-value sebesar 0,120. Karena nilai $p\text{-value} \geq 0,05$ mengidentifikasikan bahwa Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Kreativitas. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah semakin tinggi pula Kreativitas. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Kreativitas, tidak terbukti.

4.9.2 Pengaruh Peran Pemerintah (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara Peran Pemerintah (X1) dengan Keunggulan Bersaing (Y1) Peran Pemerintah sebesar 0,29 dengan P-value sebesar 0,120. Karena nilai $p\text{-value} \leq 0,05$ mengidentifikasikan bahwa Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing, tidak terbukti.

4.9.3 Pengaruh Kreativitas (Y1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2)

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara Kreativitas (Y1) dengan Keunggulan Bersaing (Y2) Kreativitas sebesar 0.63 dengan P-value sebesar 0.002. Karena nilai $p\text{-value} \leq 0.05$ mengidentifikasikan bahwa Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Karena koefisien bertanda Positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya semakin baik Kreativitas semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik Kreativitas maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing, terbukti.

4.9.4 Pengaruh Peran Pemerintah (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) melalui Kreativitas (Y1)

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan tidak langsung antara Peran Pemerintah (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) melalui Kreativitas (Y), diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 18,27. Karena pengaruh langsung antara Peran Pemerintah ke Kreativitas tidak signifikan sedangkan pengaruh langsung antara Kreativitas ke Keunggulan Bersaing signifikan, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh tidak langsung yang tidak signifikan antara Peran Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kreativitas. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Artinya semakin tinggi nilai Peran Pemerintah, semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing, jika Kreativitas juga tinggi. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing melalui kreativitas, tidak terbukti.

4.10 Pembahasan

4.10.1 Semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Kreativitas

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara Peran Pemerintah (X1) dengan Kreativitas (Y1) Peran Pemerintah sebesar 0,29 dengan P-value sebesar 0,120. Karena nilai $p\text{-value} \geq 0,05$ mengidentifikasikan bahwa Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Kreativitas. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah semakin tinggi pula Kreativitas. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik sebuah Peran Pemerintah maka semakin meningkat Kreativitas walaupun pengaruhnya sangat kecil.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Peran Pemerintah diukur oleh dua indikator yaitu: pelatihan/Pembinaan dan bantuan, dimana indikator pelatihan/pembinaan adalah yang paling utama sebagai pengukur peran pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai peran pemerintah utamanya terlihat dari kualitas pelatihan/pembinaan dari pemerintah.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kreativitas diukur oleh tiga indikator yaitu: keahlian, kemampuan dan motivasi. Dimana indikator ketiga yaitu motivasi adalah yang paling utama sebagai pengukur nilai kreativitas. hal ini mengindikasikan bahwa tingginya kreativitas nilai utamanya akan terlihat pada indikator motivasi.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa semakin tinggi Peran Pemerintah akan berpengaruh positif pada semakin tinggi pula Kreativitas. hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan dalam Peran Pemerintah utamanya terlihat dari pelatihan/pembinaan tersebut, akan mengakibatkan tingginya kreativitas yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya motivasi yang akan di dapatkan.

Hasil penelitian ini tidak memperkuat hasil penelitian yang dikemukakan oleh Dewi Riana, dkk (2019) didalam jurnalnya bahwasanya hasil penelitian membuktikan dengan adanya Pelatihan dan workshop yang dilakukan oleh pemerintah berhubungan dengan usaha untuk meningkatkan motivasi, inovasi dan kreativitas pada UMKM. Sedangkan di penelitian peneliti peran pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap kreativitas, karena kolerasi bernilai positif maka peran pemerintah dan kreativitas memiliki hubungan searah, artinya apabila peran pemerintah dilaksanakan dengan baik maka akan berdampak pada tingkat kreativitas pelaku UMKM walaupun pengaruhnya sangat kecil.

4.10.2 Semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara Peran Pemerintah (X1) dengan Keunggulan Bersaing (Y1) Peran Pemerintah sebesar 0,29 dengan P-value sebesar 0,120. Karena nilai $p\text{-value} \geq 0,05$ mengidentifikasikan bahwa Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing dengan pe.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Peran Pemerintah diukur oleh dua indikator yaitu: pelatihan/Pembinaan dan bantuan, dimana indikator pelatihan/pembinaan adalah yang paling utama sebagai pengukur peran pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai peran pemerintah dalam hal meningkatkan keunggulan bersaing utamanya terlihat dari kualitas pelatihan/pembinaan dari pemerintah.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Keunggulan Bersaing. diukur oleh tiga indikator yaitu: *cost leadership*, *differentiation* dan *focus*. Dimana indikator ketiga yaitu *focus* adalah yang paling utama sebagai pengukur nilai kreativitas. hal ini mengindikasikan bahwa tingginya kreativitas nilai utamanya akan terlihat pada indikator *focus*.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa semakin tinggi Peran Pemerintah akan berpengaruh positif pada semakin tinggi pula keunggulan bersaing. hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan dalam Peran Pemerintah utamanya terlihat dari pelatihan/pembinaan tersebut, akan mengakibatkan tingginya keunggulan bersaing yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya *focus* yang akan di dapatkan.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dikemukakan oleh Sari, Sintiya Marcela (2017) didalam jurnalnya bahwasanya hasil penelitian membuktikan peran yang dilakukan oleh pemerintah terkhusus pemerintah daerah,

melalui Disperindakop untuk meningkatkan keunggulan kompetitif melalui, peningkatan kemampuan finansial, pengembangan pemasaran, pengembangan sumber daya manusia. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwasanya peran pemerintah dalam hal pelatihan/pembinaan dan bantuan sangat berpengaruh dalam pembentukan keunggulan bersaing pelaku UMKM, artinya apabila peran pemerintah dilaksanakan secara maksimal dan merata maka keunggulan bersaing pelaku Industri UMKM juga meningkat. Hal ini membuktikan hipotesis ke dua peneliti yaitu peran pemerintah berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hal ini juga membuktikan hipotesis pertama peneliti yaitu peran pemerintah berpengaruh terhadap kreativitas.

4.10.3 Semakin baik Kreativitas maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan antara Kreativitas (Y1) dengan Keunggulan Bersaing (Y2) Kreativitas sebesar 0.63 dengan P-value sebesar 0.002. Karena nilai $p\text{-value} \leq 0.05$ mengidentifikasikan bahwa Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Karena koefisien bertanda Positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya semakin baik Kreativitas semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik Kreativitas maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kreativitas diukur oleh tiga indikator yaitu: keahlian, kemampuan dan motivasi. Dimana indikator motivasi adalah yang paling utama sebagai pengukur kreativitas.

Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai kreativitas utamanya terlihat dari motivasi pelaku UMKM.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Keunggulan Bersaing, diukur oleh tiga indikator yaitu: *cost leadership*, *differentiation* dan *focus*. Dimana indikator ketiga yaitu *focus* adalah yang paling utama sebagai pengukur nilai kreativitas. hal ini mengindikasikan bahwa tingginya kreativitas nilai utamanya akan terlihat pada indikator *focus*.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa semakin tinggi kreativitas akan berpengaruh positif pada semakin tinggi pula keunggulan bersaing. hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan dalam kreativitas utamanya terlihat dari motivasi tersebut, akan mengakibatkan tingginya keunggulan bersaing yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya *focus* yang akan di dapatkan.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang dikemukakan oleh Adhe Ira Riany, Dahmiri (2020) didalam jurnalnya bahwasanya hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian yang dikemukakan Serly Darmayanti, Niken Ramanda Putri, dkk (2022) di dalam jurnalnya bahwasanya kreativitas berpengaruh pada keunggulan bersaing dalam tiga faktor yaitu dalam *differentiation* (keaneragaman produk), *cost leadership* (harga terendah) dan *focus* (memproduksi sesuai sasaran pasar yang dibutuhkan). Dan penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian dari peneliti dahulu oleh Oktavianan, Dessy Gemayang (2020) membuktikan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan

bersaing pelaku UMKM dan terbilang dalam kategori cukup baik. Dari hasil penelitian terdahulu di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing, artinya apabila kreativitas meningkat maka keunggulan bersaing juga akan meningkat. Hal ini juga membuktikan hipotesis ke tiga peneliti yaitu kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

4.10.4 Semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing melalui kreativitas

Berdasarkan hasil analisis koefisien hubungan tidak langsung antara Peran Pemerintah (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) melalui Kreativitas (Y), diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 18,27. Karena pengaruh langsung antara Peran Pemerintah ke Kreativitas tidak signifikan sedangkan pengaruh langsung antara Kreativitas ke Keunggulan Bersaing signifikan, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh tidak langsung yang tidak signifikan antara Peran Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kreativitas. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Artinya semakin tinggi nilai Peran Pemerintah, semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing, jika Kreativitas juga tinggi. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan peneliti yaitu semakin baik Peran Pemerintah maka semakin meningkat Keunggulan Bersaing melalui kreativitas.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Peran Pemerintah diukur oleh dua indikator yaitu: pelatihan/Pembinaan dan bantuan, dimana indikator pelatihan/pembinaan adalah yang paling utama sebagai

pengukur peran pemerintah. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai peran pemerintah utamanya terlihat dari kualitas pelatihan/pembinaan dari pemerintah.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kreativitas diukur oleh tiga indikator yaitu: keahlian, kemampuan dan motivasi. Dimana indikator ketiga yaitu motivasi adalah yang paling utama sebagai pengukur nilai kreativitas. hal ini mengindikasikan bahwa tingginya kreativitas nilai utamanya akan terlihat pada indikator motivasi.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Keunggulan Bersaing. diukur oleh tiga indikator yaitu: *cost leadership*, *differentiation* dan *focus*. Dimana indikator ketiga yaitu *focus* adalah yang paling utama sebagai pengukur nilai kreativitas. hal ini mengindikasikan bahwa tingginya kreativitas nilai utamanya akan terlihat pada indikator *focus*.

Dari hasil analisis menyatakan bahwa semakin tinggi peran pemerintah melalui kreativitas akan berpengaruh positif pada semakin tinggi pula keunggulan bersaing. hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan dalam peran pemerintah utamanya terlihat dari pelatihan/pembinaan tersebut, akan mengakibatkan tingginya keunggulan bersaing yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya *focus* yang akan di dapatkan.

4.11 Koefisien Determinasi

Berdasarkan dari Hasil analisis SEM juga dapat disimpulkan bahwa, variabel peran pemerintah dan kreativitas variasi data pada variabel kreativitas sebesar 8%, selebihnya 92% di pengaruhi faktor lain di luar penelitian ini. Dan variabel peran pemerintah dan keunggulan bersaing variasi data pada variabel keunggulan bersaing sebesar 42%, selebihnya 58% di pengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, maka isi dalam penelitian ini dapat disimpulkan seperti berikut:

1. Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Kreativitas, hal ini terlihat dari p-value, sebesar $P\ 0,120 \leq \alpha\ (0,05)$ maka peran pemerintah tidak berpengaruh terhadap kreativitas. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah semakin tinggi pula Kreativitas walaupun pengaruhnya sangat sedikit. Berdasarkan hasil olah modal pengukuran dalam SEM menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Peran Pemerintah adalah Pelatihan/Pembinaan hal ini menunjukkan indikator inilah yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Peran Pemerintah.
2. Peran Pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, hal ini terlihat dari p-value, sebesar $P\ 0,752 \leq \alpha\ (0,05)$. Karena koefisien bertanda positif mengidentifikasikan hubungan searah. Artinya semakin baik Peran Pemerintah tidak berpengaruh terhadap tingginya Keunggulan Bersaing. Berdasarkan hasil olah modal pengukuran dalam SEM menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel

Peran Pemerintah adalah Pelatihan/Pembinaan hal ini menunjukkan indikator inilah yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Peran Pemerintah.

3. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Hal ini terlihat dari p-Value sebesar $P = 0,002 \leq \alpha (0.05)$. Karena koefisien bertanda Positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Artinya semakin baik Kreativitas semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing. Berdasarkan hasil olah modal pengukuran dalam SEM menunjukkan bahwa indikator terkuat yang membentuk variabel Kreativitas adalah Motivasi hal ini menunjukkan indikator inilah yang dipandang paling berpengaruh terhadap pembentukan variabel Kreativitas.
4. Peran Pemerintah (X) terhadap Keunggulan Bersaing (Y2) melalui Kreativitas (Y), diperoleh koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 18,27. Karena pengaruh langsung antara Peran Pemerintah ke Kreativitas tidak signifikan sedangkan pengaruh langsung antara Kreativitas ke Keunggulan Bersaing signifikan, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh tidak langsung yang tidak signifikan antara Peran Pemerintah terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kreativitas. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan searah. Artinya semakin tinggi nilai Peran Pemerintah, semakin tinggi pula Keunggulan Bersaing, jika Kreativitas juga tinggi walaupun pengaruhnya sangat kecil.
5. Berdasarkan dari Hasil analisis SEM juga dapat disimpulkan bahwa, variabel Peran Pemerintah variasi data pada variabel Kreativitas sebesar 8%,

selebihnya 92% tidak dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Sedangkan pengaruh Peran Pemerintah pada variabel Keunggulan Bersaing sebesar 42%, selebihnya 58% tidak dipengaruhi oleh faktor lainnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diajukan saran-saran seperti berikut:

1. Bagi Pemerintah Daerah terkhusus DISPERINDAKOP Kabupaten Bulungan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, Faktor Peran Pemerintah dalam hal pelatihan/pembinaan dan pendanaan UMKM di Kabupaten Bulungan, perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Dimana dari Peran Pemerintah yang masih harus dibenahi dan merata agar Pelaku Usaha dapat berkembang sehingga terciptanya keunggulan bersaing UMKM terkhusus di Kabupaten Bulungan.
2. Bagi pelaku UMKM terkhusus UMKM yang Berbasis Industri di Kabupaten Bulungan, Faktor motivasi tersebut perlu ditingkatkan oleh pelaku UMKM Berbasis Industri Kabupaten Bulungan, untuk memunculkan ide-ide atau gagasan baru. Dimana dari kreativitas yang dan melakukan trobosan baru agar Pelaku Usaha dapat bersaing secara unggul dengan *competitor* baru diluar daerah .
3. Bagi akademisi dalam halini diperuntukkan pada peneliti selanjutnya, jika melakukan penelitian pada jenis masalah yang sama, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang diprediksikan memiliki peran sebagai faktor yang turut mempengaruhi Keunggulan Bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Agung Putu. 2012/ Metodologi Penelitian Bisnis. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Alimudin, Arasy, AchmadZakkiFalani, Sri WiwohoMudjanarko, dan Arthur Daniel Limantara. 2019. “AnalisisPengaruhPenerapanPerspektif Balanced Scorecard TerhadapPeningkatan Kinerja Umkm.” 4(1): 1-17.
- Badan Pusat Statistik, Kabupaten Bulungan (2020)
- Claudya, M., Suryani, W., & Parulian, T. (2020). *Pengaruh Sisitem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Systems For Competitive Advantages And Innovations In. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, Vol.1 (No.2), Hal 8-18.
- Cravens, D.W., 2016. *PemasaranStrategis, AlihBahasa:Lina Salim, EdisiKeempat, Jilid Satu*(Jakarta:PenerbitErlangga).
- Darmayanti Serly, dkk (2022) *Penerapan Sistem Pemasaran Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Bintang Nauli Boneka, Innovative: Volume 2 Nomor 1*. Hal 1-10.
- Diki Firmansyah. 2016. *Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Kinerja Usaha pada Distro Clothing dikawasan Trunojoyo Bandung*. Vol. 7 No. 5, 2018.
- Ernani Hidayati (2011). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13, No. 1, Maret 2011:8-16.
- Imelda Dewi Qomariah, Ariska Dputri Novta (2018) *Govermennt Role In Improving The Quality Of Products And The Results Of Sales Of Food Small Businesses In Tanjung Selor District, Bulungan Regency, North Kalimantan Province. Journal Of Research in Business and Management*, Volume 6-Issue 3,
- Kementrian Koperasi dan UMK Republik Indonesia, 2022
- Larasati,Sri.2018. *ManajemenSumberDayaManusia*.Yogyakarta:Deepublish.
- Oktapriani, R., Muniroh, L., & Eldine, A. (2020). *Pengaruh Promosi dan Online marketing Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada UMKM Tas Desa Bojong Rongas, Kabupaten Bogor)*. 12-23.

Oktaviana, Dessy Gemayang (2020) *Pengaruh Kreativitas dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing pada Sentra Roti di Kopo Bandung. Other thesis*, Universitas Komputer Indonesia.pp. 41-48, E-ISSN. 2347-3002.

Rekapan Disperindakop Per Juni, 2021

Riany, Adhe Ira and Dahmiri, Dahmiri (2020) *Pengaruh ainovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Study Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi)*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 9 (2). Pp. 94-104. ISSN: 2252-8636, E-ISSN: 2685-9424.

Santi, Dewi Rianan, dkk (2019) *Peran Pelatihan dan Workshop Bagi Peningkatan Motivasi, Inovasi dan Kreativitas pada UMKM Kerajinan Tangan Manik-Manik*, Jurnal Pengabdian Masyarakat 1 (2), 59-65.

Sari, Sintya Marcela (2017) *Peran Pemerintah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pengrajin Tenun Ikat Bandar Kidul (studi pada Desa Bandar Kidul, Kota Kediri)*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya.

Siyoto, Sandu dan Sodik, A. 2015, *Dasar Metode Penelitian*. Cetakan 1. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Suci, YuliRahmini. 2017. “*PerkembanganUmkm(Usha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia.*” 6(1):51-58.

Sugiono (2018) *Metode Penelitian Manajemen*, ISBN. 978-602-7825-66-6. Alvabeta CV.

Tontowi, Arif Jauhar. 2019. *Penelitian Kuantitatif dan Analisis Data SEM (SPSS AMOS 20)*. Penerbit Buku Pustaka Radja. ISBN: 978-602-315-061-8. Edisi Revisi

Tulus T.H. Tambunan, (2017) *Buku Usaha Mikro Kecil Menengah*, (Jakarta : GHALIA INDONESIA).

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Peran Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Berbasis Industri Dengan Intervening Kreativitas Di Kabupaten Bulungan

Dengan Hormat,

Kuesioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Peran Pemerintah Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Berbasis Industri Dengan Intervening Kreativitas Di Kabupaten Bulungan**, dan merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi Sarjana Manajemen di Universitas Kaltara, Tanjung Selor.

Untuk itu peneliti memohon dengan hormat kesediaan Anda untuk dapat mengisi kuisisioner berikut ini. Peneliti berjanji akan menjaga kerahasiaan jawaban, dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas kesediaan dan partisipasi Anda sekalian untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terima kasih.

Tanjung Selor, Juli 2022

Hormat Saya,

Desi Anisyah Arva B. A
Peneliti

IDENTITAS RESPONDEN

No Responden : (diisi oleh peneliti)

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Nama Usaha :

Tahun Berdiri :

Alamat Usaha :

No Hp :

PETUNJUK PENGGUNAAN KUESIONER

Responden dapat memberikan jawaban tanda centang (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pernyataan.

Pada masing-masing pernyataan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik Skala Likert, yaitu:

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

N = Netral (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

A. Variabel Peran Pemerintah

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
a. Pelatihan/Pembinaan						
1.	Saya merasakan pelatihan/pembinaan dari pemerintah bermanfaat bagi usaha saya					
b. Bantuan						
2.	Saya merasakan bantuan pemerintah bermanfaat bagi kegiatan usaha saya					

B. Variabel Kreativitas

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
a. Kemampuan						
1.	Saya sangat ahli/berpengalaman dalam menjalankan UMKM					
b. Keahlian						
2.	Saya mampu menjalankan UMKM dengan sangat baik					
c. Motivasi						
3.	Saya memiliki dorongan/motivasi yang sangat hebat dalam mengelola/menjalankan UMKM					

C. Variabel Keunggulan Bersaing

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
a. <i>Cost Leadership</i>						
1.	Saya menjalankan usaha dengan biaya dan harga paling murah					
b. <i>Differentiation</i>						
2.	Saya menjalankan kegiatan usaha dengan menghasilkan produk-produk yang unik atau berbeda dengan para pesaing					
c. <i>Focus</i>						
3.	Saya menjalankan usaha untuk sasaran (produk) pasar (pembeli) golongan tertentu					

Lampiran 2 Data Jawaban Pernyataan Kuesioner

NO	JK	U	PT	JU	LU	X1.1	X1.2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
1	2	2	2	3	12	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	1	3	3	22	4	4	2	4	2	5	5	4
3	2	2	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	1	2	4	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5
5	2	2	3	3	8	5	4	2	4	4	5	5	5
6	2	2	4	3	4	5	5	4	4	2	5	5	5
7	2	2	3	3	9	5	4	4	4	4	2	2	4
8	2	2	3	3	14	4	4	4	4	4	5	5	4
9	2	2	3	3	1	5	5	2	4	4	4	4	4
10	2	2	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
11	2	2	3	3	2	5	5	4	5	5	4	5	5
12	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
13	2	2	2	3	8	4	4	2	4	5	5	5	5
14	2	1	3	3	3	4	5	2	4	4	4	5	5
15	2	2	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4
16	1	2	4	3	1	4	4	2	5	5	4	4	4
17	2	2	5	3	4	4	4	2	5	5	4	4	4
18	2	2	3	3	12	4	4	4	4	4	4	4	4
19	2	1	1	3	4	5	5	2	4	4	4	4	4
20	2	2	3	3	3	4	4	2	5	5	5	5	5
21	2	2	4	3	6	5	4	5	4	4	4	4	4
22	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
23	2	2	1	3	12	4	4	4	4	4	4	4	4
24	2	2	4	3	22	5	5	4	5	4	4	4	4
25	2	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
26	2	2	3	3	7	5	5	2	5	4	4	4	5
27	2	2	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5
28	2	1	3	3	2	5	5	2	4	4	4	4	4

29	1	2	3	3	1	2	5	2	4	5	5	5	5
30	1	3	2	3	7	5	5	2	4	5	4	4	4
31	1	2	3	3	0	2	2	4	5	5	5	5	4
32	1	2	3	3	13	2	2	1	4	4	5	5	5
33	1	2	2	3	1	2	1	2	5	2	5	5	5
34	2	3	2	3	10	4	1	4	5	5	4	4	4
35	1	1	3	3	2	2	1	4	4	4	2	4	4
36	2	2	3	3	6	4	4	4	2	2	4	4	4
37	2	2	4	3	8	4	5	2	5	2	5	5	4
38	1	2	2	3	5	2	1	4	4	2	4	4	4
39	2	2	2	3	12	1	1	2	2	2	2	5	4
40	1	2	5	3	2	1	1	2	1	1	4	4	4
41	1	1	3	3	3	1	5	1	2	5	2	4	4
42	2	2	4	3	2	4	4	2	2	2	1	1	4
43	1	3	3	3	2	4	4	5	5	5	4	4	5
44	2	2	3	2	3	4	2	4	5	4	4	4	4
45	2	2	3	3	3	4	2	4	5	4	4	4	4
46	2	1	4	3	0	2	2	4	4	2	4	4	5
47	2	1	3	3	0	2	2	5	5	2	4	5	5
48	2	2	2	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5
49	2	2	2	3	10	4	5	2	4	4	5	4	4
50	2	2	1	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4
51	2	2	2	3	7	4	4	4	4	4	4	4	5
52	2	2	1	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4
53	2	1	4	3	1	1	2	1	1	1	2	5	4
54	2	2	1	3	10	5	5	2	4	2	2	4	5
55	2	1	4	3	3	1	4	1	2	1	2	5	2
56	2	1	3	3	2	2	2	5	5	4	1	4	5
57	2	1	2	3	12	1	1	5	5	4	5	5	5
58	2	1	4	3	3	2	5	2	2	4	5	5	5
59	2	2	4	2	12	1	1	4	5	4	4	5	5
60	2	2	1	3	10	1	1	2	4	4	5	5	5
61	2	2	1	3	7	4	4	1	2	2	2	2	2
62	2	3	3	3	9	2	5	5	5	4	1	4	2
63	2	1	3	3	4	2	2	2	5	2	2	5	4
64	2	2	3	3	4	1	2	1	2	2	1	4	1
65	2	2	1	3	12	1	1	5	5	5	1	5	1
66	2	2	2	3	4	4	5	2	4	5	1	1	1
67	2	2	1	3	3	2	5	5	5	5	1	1	5
68	2	2	2	3	4	1	5	1	1	2	5	5	5
69	2	2	2	3	4	1	5	5	5	5	2	5	2

70	2	2	4	3	4	2	2	4	4	5	2	2	5
71	2	3	3	3	3	2	2	5	5	5	4	5	5
72	2	3	1	3	17	5	5	1	1	2	2	4	2
73	2	2	3	3	4	1	2	2	2	5	1	4	4
74	2	1	1	3	2	5	1	2	4	2	1	2	4
75	2	1	3	3	4	1	1	4	4	4	1	2	4
76	2	2	4	3	2	4	4	4	4	4	2	5	2
77	2	1	4	3	3	2	5	2	4	5	2	2	4
78	2	2	3	3	3	5	5	4	4	5	2	4	5
79	2	1	4	3	2	4	4	1	1	2	2	2	4
80	2	2	3	3	6	2	5	1	2	2	1	2	1
81	2	2	4	3	10	2	4	2	4	2	1	4	4
82	2	2	4	3	0	2	2	4	5	5	2	5	5
83	2	2	5	3	5	5	5	2	2	2	4	4	5
84	2	2	1	3	3	1	5	5	5	5	1	2	2
85	2	2	1	3	3	4	4	2	2	4	2	2	4
86	1	2	2	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4
87	2	2	2	3	15	4	4	4	5	4	4	4	5
88	2	1	1	3	1	2	2	4	5	4	5	5	5
89	2	2	1	3	8	2	2	4	4	4	5	4	4
90	2	2	1	3	13	4	4	2	5	2	4	4	5
91	2	2	1	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4
92	2	2	5	3	0	4	4	5	5	4	4	4	4
93	2	1	3	3	2	4	4	4	4	4	2	2	2
94	2	1	3	3	1	1	1	2	5	2	1	1	2
95	2	1	5	3	1	2	5	1	1	2	2	2	5
96	1	1	4	1	5	2	4	4	5	4	1	2	4
97	1	3	2	3	6	5	5	5	5	4	2	2	4
98	2	3	3	3	6	2	2	1	2	2	5	5	5
99	2	1	3	3	3	2	4	4	2	1	4	4	5
100	2	2	1	3	3	1	2	4	2	1	4	4	5

Lampiran 3 Uji Deskripsi Variabel Penelitian

1. PERAN PEMERINTAH (X1)

Statistics			
		X1.1	X1.2
N	Valid	100	100
	Missing	0	0
Mean		3.37	2.73
Median		4.00	3.00
Mode		4	3
Sum		337	273

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	14	14.0	14.0	17.0
	3	29	29.0	29.0	46.0
	4	51	51.0	51.0	97.0
	5	3	3.0	3.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X1.2				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	9.0	9.0

2	34	34.0	34.0	43.0
3	35	35.0	35.0	78.0
4	19	19.0	19.0	97.0
5	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. KEATIVITAS (Y1)

Statistics

		Y1.1	Y1.2	Y1.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		3.85	3.88	3.74
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4
Sum		385	388	374

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	8	8.0	8.0	9.0
	3	8	8.0	8.0	17.0
	4	71	71.0	71.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.0	4.0	5.0

3	12	12.0	12.0	17.0
4	72	72.0	72.0	89.0
5	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	6	6.0	6.0	7.0
3	20	20.0	20.0	27.0
4	64	64.0	64.0	91.0
5	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

3. KEUNGGULAN Bersaing (Y2)

Statistics

	Y2.1	Y2.2	Y2.3
N Valid	100	100	100
Missing	0	0	0
Mean	4.00	4.01	3.79
Median	4.00	4.00	4.00
Mode	4	4	4
Sum	400	401	379

Y2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0

3	14	14.0	14.0	15.0
4	69	69.0	69.0	84.0
5	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	4.0	4.0	4.0
3	11	11.0	11.0	15.0
4	65	65.0	65.0	80.0
5	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	7.0	7.0	7.0
3	17	17.0	17.0	24.0
4	66	66.0	66.0	90.0
5	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 Uji Instrumen Validitas & Reliabilitas Penelitian

1. PERAN PEMERINTAH (X1)

Case Processing Summary

	N	%
--	---	---

Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	3.37	.872	100
X1.2	2.73	.973	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	2.73	.947	.500	.
X1.2	3.37	.761	.500	.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6.10	2.556	1.599	2

2. KREATIVITAS (Y1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1.1	3.85	.770	100
Y1.2	3.88	.686	100
Y1.3	3.74	.747	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	7.62	1.511	.409	.639
Y1.2	7.59	1.618	.453	.577
Y1.3	7.73	1.371	.543	.448

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.47	2.878	1.696	3

3. KEUNGGULAN BERSAING (Y2)

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y2.1	4.00	.586	100
Y2.2	4.01	.689	100
Y2.3	3.79	.715	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2.1	7.80	1.495	.522	.681
Y2.2	7.79	1.218	.587	.597
Y2.3	8.01	1.202	.557	.639

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.80	2.586	1.608	3

Lampiran 5 Hasil Pengujian Analisis SEM Normalitas

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	Kurtosis	c.r.
Y1.1	1.000	5.000	-1.337	-5.460	2.357	4.810
Y1.2	1.000	5.000	-1.356	-5.534	3.610	7.368
Y1.3	1.000	5.000	-1.002	-4.092	1.599	3.264
Y2.3	2.000	5.000	-.839	-3.427	.909	1.856
Y2.2	2.000	5.000	-.758	-3.094	1.345	2.746
Y2.1	2.000	5.000	-.303	-1.236	.979	1.999
X1.2	1.000	5.000	.164	.669	-.500	-1.021

Variable	min	max	skew	c.r.	Kurtosis	c.r.
X1.1	1.000	5.000	-.790	-3.227	.063	.129
Multivariate					19.388	7.664

Lampiran 6 Hasil Pengujian Analisis SEM Outlier

Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 100

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
63	31.965	.000	.009
45	27.392	.001	.002
84	20.440	.009	.059
74	19.514	.012	.036
21	18.334	.019	.041
9	18.282	.019	.013
56	17.442	.026	.015
100	17.009	.030	.011
49	16.997	.030	.003
12	16.375	.037	.004
73	16.128	.041	.003
89	15.640	.048	.003
83	15.326	.053	.002
88	14.648	.066	.006
5	12.176	.144	.470
79	12.025	.150	.433
19	11.831	.159	.422
85	11.400	.180	.541
87	11.376	.181	.451
18	11.348	.183	.366
42	11.185	.191	.356
78	11.082	.197	.319
53	11.074	.198	.241
36	11.049	.199	.182
39	10.975	.203	.149
10	10.962	.204	.104

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
23	10.855	.210	.091
77	10.680	.221	.097
11	10.552	.228	.091
38	10.364	.240	.102
1	10.340	.242	.073
59	10.332	.242	.048
92	10.271	.246	.037
94	10.271	.246	.023
34	9.964	.268	.043
98	9.866	.275	.038
41	9.841	.276	.026
40	9.046	.338	.218
61	9.013	.341	.178
27	8.689	.369	.295
25	8.567	.380	.302
29	8.554	.381	.243
91	7.841	.449	.685
99	7.563	.477	.801
95	7.432	.491	.820
68	7.401	.494	.783
82	7.349	.499	.754
50	7.246	.510	.760
76	7.240	.511	.698
16	7.121	.524	.717
55	7.072	.529	.685
13	7.069	.529	.612
22	6.877	.550	.693
54	6.680	.571	.770
3	6.577	.583	.779
26	6.459	.596	.799
20	6.419	.600	.766
6	6.267	.617	.809
15	6.255	.619	.757
75	6.109	.635	.798
66	6.022	.645	.798
8	5.886	.660	.829
47	5.837	.665	.805
14	5.650	.686	.866
46	5.626	.689	.830
58	5.482	.705	.863
7	5.298	.725	.910

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
35	5.032	.754	.964
81	4.839	.775	.981
31	4.630	.796	.992
65	4.151	.843	1.000
2	3.535	.896	1.000
30	3.310	.913	1.000
86	3.283	.915	1.000
64	3.244	.918	1.000
69	3.151	.925	1.000
72	3.151	.925	1.000
80	3.151	.925	1.000
62	2.613	.956	1.000
70	2.613	.956	1.000
90	2.613	.956	1.000
37	2.275	.971	1.000
17	2.136	.977	1.000
24	2.136	.977	1.000
44	2.136	.977	1.000
67	2.136	.977	1.000
93	2.136	.977	1.000
96	2.136	.977	1.000
97	2.136	.977	1.000
32	.909	.999	1.000
48	.909	.999	1.000
52	.909	.999	1.000
71	.909	.999	1.000
28	.848	.999	1.000
33	.848	.999	1.000
43	.848	.999	1.000
51	.848	.999	1.000
57	.848	.999	1.000
4	.813	.999	.997
60	.813	.999	.921

Lampiran 7 Linieritas

1. PERAN PEMERINTAH -> KREATIVITAS

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KREATIVITAS * PERAN PEMERINTAH	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Report

KREATIVITAS

PERAN PEMERINTAH	Mean	N	Std. Deviation
2	12.00	2	.000
3	11.80	5	.837
4	10.70	10	1.889
5	10.82	11	2.228
6	11.24	34	1.634
7	12.13	16	1.088
8	11.79	19	1.873
9	12.00	2	1.414
10	14.00	1	.
Total	11.47	100	1.696

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KREATIVITAS * PERAN PEMERINTAH	Between Groups	(Combined)	29.348	8	3.669	1.306	.250
		Linearity	9.607	1	9.607	3.421	.068
		Deviation from Linearity	19.741	7	2.820	1.004	.434
	Within Groups		255.562	91	2.808		

Total	284.910	99			
-------	---------	----	--	--	--

Measures of Association

	Eta	Eta Squared
KREATIVITAS * PERAN PEMERINTAH	.321	.103

2. PERAN PEMERINTAH -> KEUNGGULAN BERSAING

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KEUNGGULAN BERSAING * PERAN PEMERINTAH	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Report

KEUNGGULAN BERSAING

PERAN PEMERINTAH	Mean	N	Std. Deviation
2	13.50	2	.707
3	12.20	5	2.280
4	10.80	10	1.549
5	10.73	11	2.005
6	11.71	34	1.567
7	12.38	16	1.310
8	12.37	19	1.165
9	11.50	2	.707
10	12.00	1	.
Total	11.80	100	1.608

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEUNGGULAN BERSAING *	Between Groups	(Combined)	41.188	8	5.149	2.181	.036
PERAN PEMERINTAH		Linearity	6.972	1	6.972	2.954	.089
		Deviation from Linearity	34.216	7	4.888	2.071	.055

	Within Groups	214.812	91	2.361		
	Total	256.000	99			

Measures of Association

	Eta	Eta Squared
KEUNGGULAN BERSAING * PERAN PEMERINTAH	.401	.161

3. KREATIVITAS -> KEUNGGULAN BERSAING

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KEUNGGULAN BERSAING * KREATIVITAS	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

Report

KEUNGGULAN BERSAING

KREATIVITAS	Mean	N	Std. Deviation
6	8.67	3	2.517
7	10.50	2	3.536
8	12.00	1	.
9	11.00	4	1.414
10	11.30	10	.949
11	11.56	18	1.381
12	11.93	41	1.273
13	12.23	13	1.922

14	13.50	8	1.195
Total	11.80	100	1.608

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEUNGGULAN BERSAING * KREATIVITAS	Between Groups	(Combined) Linearity	65.201	8	8.150	3.887	.001
		Deviation from Linearity	55.193	1	55.193	26.324	.000
			10.007	7	1.430	.682	.687
	Within Groups		190.799	91	2.097		
	Total		256.000	99			

Measures of Association

	Eta	Eta Squared
KEUNGGULAN BERSAING * KREATIVITAS	.505	.255

Lampiran 8 Goodness Of Fit

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 36
 Number of distinct parameters to be estimated: 19
 Degrees of freedom (36 - 19): 17

Result (Default model)

Minimum was achieved
 Chi-square = **33.655**
 Degrees of freedom = 17
 Probability level = **.009**

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	19	33.655	17	.009	1.980
Saturated model	36	.000	0		
Independence model	8	195.668	28	.000	6.988

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.038	.928	.848	.438
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.143	.618	.509	.481

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.828	.717	.907	.836	.901
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.607	.503	.547
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	16.655	3.903	37.174
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	167.668	127.015	215.814

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.340	.168	.039	.375
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	1.976	1.694	1.283	2.180

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.099	.048	.149	.055
Independence model	.246	.214	.279	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	71.655	75.455	121.153	140.153
Saturated model	72.000	79.200	165.786	201.786
Independence model	211.668	213.268	232.509	240.509

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.724	.595	.931	.762
Saturated model	.727	.727	.727	.800
Independence model	2.138	1.727	2.624	2.154

HOELTER

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	82	99
Independence model	21	25

Lampiran 9 Model Pengukuran (*Confirmatory Factor Analysis*/CFA) & Hasil Uji Analisis SEM

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KREATIVITAS	<--	PERAN_PEMERINTAH	.222	.143	1.55	.120	par_3
KEUNGGULAN_BERSAING	<--	PERAN_PEMERINTAH	.025	.080	.316	.752	par_1
KEUNGGULAN_BERSAING	<--	KREATIVITAS	.456	.145	3.14	.002	par_2
X1	<--	PERAN_PEMERINTAH	1.000				
X2	<--	PERAN_PEMERINTAH	.863	.499	1.73	.084	par_4
Y2.1	<--	KEUNGGULAN_BERSAING	1.000				
Y2.2	<--	KEUNGGULAN_BERSAING	1.247	.252	4.95	**	par_5
Y2.3	<--	KEUNGGULAN_BERSAING	1.318	.276	4.78	**	par_6
Y1.3	<--	KREATIVITAS	1.000				
Y1.2	<--	KREATIVITAS	.823	.191	4.30	**	par_7
Y1.1	<--	KREATIVITAS	.764	.190	4.01	**	par_8

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KREATIVITAS	<--	PERAN_PEMERINTAH	.291
KEUNGGULAN_BERSAING	<--	PERAN_PEMERINTAH	.046
KEUNGGULAN_BERSAING	<--	KREATIVITAS	.633
X1	<--	PERAN_PEMERINTAH	.804
X2	<--	PERAN_PEMERINTAH	.622
Y2.1	<--	KEUNGGULAN_BERSAING	.659

		Estimate
Y2.2	<-- KEUNGGULAN_BERSAIN	.699
	- G	
Y2.3	<-- KEUNGGULAN_BERSAIN	.712
	- G	
Y1.3	<-- KREATIVITAS	.718
	-	
Y1.2	<-- KREATIVITAS	.643
	-	
Y1.1	<-- KREATIVITAS	.532
	-	

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PERAN_PEMERINTAH	.487	.294	1.658	.097	par_9
ZETA1	.260	.089	2.937	.003	par_10
ZETA2	.086	.032	2.664	.008	par_11
E1	.266	.279	.956	.339	par_12
E2	.575	.221	2.601	.009	par_13
D4	.192	.038	5.126	***	par_14
D5	.240	.052	4.658	***	par_15
D6	.249	.055	4.492	***	par_16
D3	.268	.069	3.855	***	par_17
D2	.273	.056	4.852	***	par_18
D1	.422	.072	5.860	***	par_19

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KREATIVITAS	.085
KEUNGGULAN_BERSAING	.419
Y1.1	.282
Y1.2	.414
Y1.3	.515
Y2.3	.508
Y2.2	.489
Y2.1	.435
X2	.387
X1	.646

Matrices (Group number 1 - Default model)

Implied (for all variables) Covariances (Group number 1 - Default model)

	PERAN _PEME RINTA H	KRE ATI VIT AS	KEUNG GULAN_ BERSAI NG	Y 1 . 1	Y 1 . 2	Y 1 . 3	Y 2 . 3	Y 2 . 2	Y 2 . 1	X 2	X 1
PERAN_ PEMERI NTAH	.487										
KREATI VITAS	.108	.285									
KEUNG GULAN_ BERSAI NG	.062	.132	.148								
Y1.1	.083	.217	.101	. 5 8 7							
Y1.2	.089	.234	.109	. 1 7 9	. 4 6 6						
Y1.3	.108	.285	.132	. 2 1 7	. 2 3 4	. 5 5 2					
Y2.3	.081	.175	.195	. 1 3 3	. 1 4 4	. 1 7 5	. 5 0 6				
Y2.2	.077	.165	.184	. 1 2 6	. 1 3 6	. 1 6 5	. 2 4 3	. 4 7 0			
Y2.1	.062	.132	.148	. 1 0 1	. 1 0 9	. 1 3 2	. 1 9 5	. 1 8 4	. 3 4 0		
X2	.420	.093	.053	. 0 7 1	. 0 7 7	. 0 9 3	. 0 7 0	. 0 6 6	. 0 5 3	. 9 3 7	

	PERAN _PEME RINTA H	KRE ATI VIT AS	KEUNG GULAN_ BERSAI NG	Y 1 . 1	Y 1 . 2	Y 1 . 3	Y 2 . 3	Y 2 . 2	Y 2 . 1	X 2	X 1
X1	.487	.108	.062	0 8 3	0 8 9	1 0 8	0 8 1	0 7 7	0 6 2	4 2 0	7 5 3

Implied (for all variables) Correlations (Group number 1 - Default model)

	PERA N_PE MERIN TAH	KRE ATI VIT AS	KEUNG GULAN_ _BERSA ING	Y 1 . 1	Y 1 . 2	Y 1 . 3	Y 2 . 3	Y 2 . 2	Y 2 . 1	X 2	X 1
PERAN_ PEMERI NTAH	1.000										
KREATI VITAS	.291	1.00 0									
KEUNG GULAN_ _BERSA ING	.230	.646	1.000								
Y1.1	.155	.532	.343	1 . 0 0 0							
Y1.2	.187	.643	.415		1 . 3 4 2						
Y1.3	.209	.718	.464			1 . 3 8 1					
Y2.3	.164	.460	.712				1 . 2 3 5				

	PERA N_PE MERIN TAH	KRE ATI VIT AS	KEUNG GULAN _BERSA ING	Y 1	Y 1	Y 1	Y 2	Y 2	Y 2	X 2	X 1
Y2.2	.161	.452	.699	. 2 4 0	. 2 9 0	. 3 2 4	. 4 9 8	. 0 0 0	1		
Y2.1	.152	.426	.659	. 2 2 6	. 2 7 4	. 3 0 6	. 4 7 0	. 4 6 1	. 0 0 0		
X2	.622	.181	.143	. 0 9 6	. 1 1 6	. 1 3 0	. 1 0 2	. 1 0 0	. 0 9 4	1	
X1	.804	.234	.185	. 1 2 4	. 1 5 0	. 1 6 8	. 1 3 2	. 1 2 9	. 1 2 2	. 5 0 0	1

Implied Covariances (Group number 1 - Default model)

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.3	Y2.2	Y2.1	X2	X1
Y1.1	.587							
Y1.2	.179	.466						
Y1.3	.217	.234	.552					
Y2.3	.133	.144	.175	.506				
Y2.2	.126	.136	.165	.243	.470			
Y2.1	.101	.109	.132	.195	.184	.340		
X2	.071	.077	.093	.070	.066	.053	.937	
X1	.083	.089	.108	.081	.077	.062	.420	.753

Implied Correlations (Group number 1 - Default model)

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.3	Y2.2	Y2.1	X2	X1
Y1.1	1.000							
Y1.2	.342	1.000						
Y1.3	.381	.462	1.000					
Y2.3	.245	.296	.330	1.000				

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.3	Y2.2	Y2.1	X2	X1
Y2.2	.240	.290	.324	.498	1.000			
Y2.1	.226	.274	.306	.470	.461	1.000		
X2	.096	.116	.130	.102	.100	.094	1.000	
X1	.124	.150	.168	.132	.129	.122	.500	1.000

Residual Covariances (Group number 1 - Default model)

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.3	Y2.2	Y2.1	X2	X1
Y1.1	.000							
Y1.2	-.027	.000						
Y1.3	.014	.005	.000					
Y2.3	.095	.011	-.029	.000				
Y2.2	-.055	-.045	-.003	.009	.000			
Y2.1	.029	.021	.008	-.015	.006	.000		
X2	-.032	.101	-.074	.013	-.014	.017	.000	
X1	-.077	.065	-.012	-.034	.059	-.032	.000	.000

Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.3	Y2.2	Y2.1	X2	X1
Y1.1	.000							
Y1.2	-.482	.000						
Y1.3	.224	.085	.000					
Y2.3	1.687	.220	-.522	.000				
Y2.2	-1.006	-.912	-.048	.167	.000			
Y2.1	.627	.508	.166	-.321	.130	.000		
X2	-.425	1.507	-1.010	.189	-.204	.295	.000	
X1	-1.146	1.085	-.184	-.537	.985	-.618	.000	.000

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y2. 3	Y2. 2	Y2. 1	X2	X1
PERAN_PEMERINTA	.01	.02	.03	.01	.01	.01	.20	.51
H	5	5	1	5	4	4	7	8
KREATIVITAS	.14	.23	.29	.07	.07	.07	.01	.03
	1	5	1	3	1	1	2	1
KEUNGGULAN_BERSAING	.02	.04	.05	.18	.18	.18	.00	.01
	5	1	1	7	4	4	4	0

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	PERAN_PEME RINTAH	KREATIV ITAS	KEUNGGULAN_B ERSAING
KREATIVITAS	.222	.000	.000
KEUNGGULAN_B ERSAING	.127	.456	.000
Y1.1	.170	.764	.000
Y1.2	.183	.823	.000
Y1.3	.222	1.000	.000
Y2.3	.167	.601	1.318
Y2.2	.158	.568	1.247
Y2.1	.127	.456	1.000
X2	.863	.000	.000
X1	1.000	.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	PERAN_PEME RINTAH	KREATIV ITAS	KEUNGGULAN_B ERSAING
KREATIVITAS	.291	.000	.000
KEUNGGULAN_B ERSAING	.230	.633	.000
Y1.1	.155	.532	.000
Y1.2	.187	.643	.000
Y1.3	.209	.718	.000
Y2.3	.164	.451	.712
Y2.2	.161	.442	.699
Y2.1	.152	.417	.659
X2	.622	.000	.000
X1	.804	.000	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	PERAN_PEME RINTAH	KREATIV ITAS	KEUNGGULAN_B ERSAING
KREATIVITAS	.222	.000	.000
KEUNGGULAN_B ERSAING	.025	.456	.000
Y1.1	.000	.764	.000
Y1.2	.000	.823	.000
Y1.3	.000	1.000	.000
Y2.3	.000	.000	1.318

	PERAN_PEME RINTAH	KREATIV ITAS	KEUNGGULAN_B ERSAING
Y2.2	.000	.000	1.247
Y2.1	.000	.000	1.000
X2	.863	.000	.000
X1	1.000	.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	PERAN_PEME RINTAH	KREATIV ITAS	KEUNGGULAN_B ERSAING
KREATIVITAS	.291	.000	.000
KEUNGGULAN_B ERSAING	.046	.633	.000
Y1.1	.000	.532	.000
Y1.2	.000	.643	.000
Y1.3	.000	.718	.000
Y2.3	.000	.000	.712
Y2.2	.000	.000	.699
Y2.1	.000	.000	.659
X2	.622	.000	.000
X1	.804	.000	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	PERAN_PEME RINTAH	KREATIV ITAS	KEUNGGULAN_B ERSAING
KREATIVITAS	.000	.000	.000
KEUNGGULAN_B ERSAING	.101	.000	.000
Y1.1	.170	.000	.000
Y1.2	.183	.000	.000
Y1.3	.222	.000	.000
Y2.3	.167	.601	.000
Y2.2	.158	.568	.000
Y2.1	.127	.456	.000
X2	.000	.000	.000
X1	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	PERAN_PEME RINTAH	KREATIV ITAS	KEUNGGULAN_B ERSAING
KREATIVITAS	.000	.000	.000
KEUNGGULAN_B ERSAING	.184	.000	.000
Y1.1	.155	.000	.000
Y1.2	.187	.000	.000
Y1.3	.209	.000	.000
Y2.3	.164	.451	.000
Y2.2	.161	.442	.000
Y2.1	.152	.417	.000
X2	.000	.000	.000
X1	.000	.000	.000