

## **PENGARUH STRUKTUR PASAR DAN DAYA SAING TERHADAP KINERJA UMKM KERAJINAN KERAMIK DI KOTA MALANG**

Oleh:

**Vivin Setia Irdia\*), Abdul Wahid Mahsuni\*\*), dan Junaidi\*\*\*)**

Email: [vivininia@gmail.com](mailto:vivininia@gmail.com)

**Universitas Islam Malang**

### ***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to determine the effect of market structure and competitiveness on the performance of ceramic handicrafts MSME in Malang. The population in this study were all ceramic craft SMEs in Malang. Data obtained From 30 UMKM ceramic crafts in Malang city. This research uses multiple linear regression models. The results of this study indicate that market structure and competitiveness together (simultaneously) affect performance. Partially the market structure variable does not affect the performance of SMEs ceramic crafts in the city of Malang. While the competitiveness variable has a positive effect on the performance of MSME ceramic handicrafts in Malang. Therefore UMKM Malang ceramics need to form a competitive advantage to be able to maintain their business.*

**Keywords:** *Market Structure, Competitiveness, performance*

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah “untuk mengetahui pengaruh struktur pasar dan daya saing terhadap kinerja UMKM kerajinan keramik di kota Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM kerajinan keramik di kota Malang. Data yang diperoleh dari 30 UMKM kerajinan keramik di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa struktur pasar dan daya saing secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kinerja. Sedangkan secara parsial variabel struktur pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM kerajinan keramik di kota Malang. Sedangkan secara parsial variabel daya saing berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kerajinan keramik di kota Malang”. Oleh karena itu UMKM keramik Malang perlu membentuk keunggulan kompetitif untuk dapat mempertahankan Usahanya.

Kata kunci : Struktur Pasar, Daya Saing, kinerja

### **PENDAHULUAN**

Kota Malang disebut kota pendidikan, juga dikenal sebagai kota yang menghasilkan beraneka ragam produk kerajinan. Produk kerajinan ini diperoleh dari usaha kecil dan rumah tangga. Dilihat dari sisi perkembangannya produksi kerajinan meningkat cukup pesat. Maka dari Pemerintah Kota Malang mengembangkan suatu konsep, ialah pendidikan, pariwisata, dan industri. Para UMKM kerajinan keramik memproduksi berbagai jenis produk cinderamata dari kerajinan keramik seperti guci, vas bunga, dan lain sebagainya. Produk kerajinan keramik ini mempunyai potensi yang dikembangkan terutama dalam menggunakan bahan

baku lokal serta daya saing untuk persaingan yang semakin padat di pasar domestik serta internasional.

Persaingan pasar yang sempurna, di mana akan banyak penjual dan pembeli yang kurang paham mengenai struktur pasar. Sehingga penjual dan pembeli bebas keluar masuk tanpa memperhatikan peraturan yang sudah ditetapkan seperti harga produk, dan lain sebagainya. maka dalam produsen ini pengrajin kerajinan keramik berperilaku dalam penerima harga. pengrajin keramik tidak menentukan harga jual produknya, dikarenakan melonjaknya produk kerajinan keramik di negara lain yang masuk Indonesia akan menurunkan penjualan kerajinan keramik domestik. Suatu UMKM ialah Usaha yang akan berlangsung lama waktu terjadi krisis ekonomi yang ada di Indonesia. Usaha tersebut akan menyerap tenaga kerja yang akan berkontribusi untuk membangun dari hasil pembangunan dan akan menggunakan hasil sumber daya lokal. Menurut Sulistyastuti dan Dyah R (2004), untuk menjadi sebuah karakteristik dari UMKM ialah pemakaian dari bahan baku lokal. Dari dalam Keberadaan di UMKM ini seringkali terkait adanya suatu tingginya intensitas dari suatu pemakaian bahan baku lokal. Selain itu juga dilihat dari lokasi, proses pengolahan, dan pasar atau tipe dari produk yang dihasilkan.

UMKM dalam mengembangkan usaha untuk membangun suatu “perekonomian nasional yang berdasarkan ekonomi yang berkeadilan. Dalam hal ini juga mengandung adanya suatu makna bahwa UMKM ialah alat untuk membangun suatu perekonomian dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan pada suatu potensi yang dimiliki bagi semua pemangku kepentingan. Adanya jenis kerajinan yang menjadi komoditas dagang pada era kini membuat para pelaku usaha harus mampu mengikuti perkembangan zaman dalam menghadapi arus globalisasi. Untuk seorang pengelola harus lebih kreatif dalam upaya memasarkan produk-produknya. Perkembangan zaman membuat banyaknya kerajinan yang berada di Indonesia semakin beraneka ragam, seperti UMKM Industri Keramik di Provinsi Jawa Timur yang memiliki lokasi yang berada tepatnya di kelurahan dinoyo Kota Malang. Pada tahun 1985 hingga pertengahan tahun 1997 UMKM Industri Keramik tersebut sempat mengalami perkembangan yang positif karena Industri Keramik mampu menciptakan lapangan usaha untuk menyerap banyak tenaga kerja, sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat dan dapat mengembangkan ekonomi lokal. Di UMKM Industri Keramik di Malang juga tidak selalu berjalan mulus dalam menghadapi suatu berbagai masalah baik masalah eksternal maupun internal. Permasalahan internal yang dihadapi yaitu terkadang kurangnya permodalan dan kualitas dan kuantitas SDM yang kurang memadai, sedangkan dalam permasalahan eksternal, yaitu termasuk kebutuhan konsumen dan kondisi pasar yang tidak selalu menentu dan bahan baku mengalami kenaikan. Sejak didirikannya UMKM Industri Keramik Dinoyo dari tahun ke tahun secara perlahan mengalami perkembangan yang semakin baik dan mendapat respon positif dari masyarakat sampai sebelum adanya dalam masa krisis moneter 1997. Oleh karena itu sayangnya stok pengrajin keramik akan berkurang sejak hadirnya kerajinan-kerajinan lain yang lebih modern, sebab dari itu maka pengrajin banyak yang alih usaha, UMKM keramik semakin sepi karena kurang mampu dalam memasarkan produknya, dengan menggunakan teknologi seperti memasarkan di Instagram, Whatsapp, Facebook, dll karena pada era 4.0 hampir semua memasarkan produknya dengan menggunakan teknologi untuk bersaing dengan pengusaha lainnya. Akan tetapi dalam hal itu para pengrajin keramik juga tidak mampu memenuhi pesanan yang cukup banyak karena terbatasnya jumlah tenaga kerja dan kualitas SDM yang kurang memadai. Produk yang dihasilkan juga kurang menarik dari adanya inovasi dari produk. Bahan baku yang dipakai juga mengalami kenaikan”.

Dari “Hasil di atas disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kecil dan menengah antara lain permodalan, kualitas dan kuantitas sumber daya manusia, kurangnya inovasi dari produk, kurangnya pemanfaatan teknologi dan bahan baku berupa tanah liat mengalami kenaikan. Belum ada publikasi hasil-hasil penelitian yang menganalisis produk kerajinan keramik secara khusus, terutama yang berkaitan dengan struktur pasar, daya saing dan kinerjanya. Perubahan itu menuntut pemerintah daerah untuk benar-benar menerapkan otonomi daerah bukan hanya sebagai Indonesia yang masih mengandalkan sektor-sektor usaha kecil dalam kegiatan ekonomi. Salah satunya sektor industri yang merupakan salah satu faktor penyangga perekonomian Indonesia. Salah satu sub faktor industri yang memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Terdapat ciri khas dari UMKM, yaitu modal yang kecil, jumlah pekerja yang sedikit, risiko yang sedikit tinggi tetapi return tinggi, biasanya digerakkan dari rumah tangga, dan membawa kewirausahaan bagi pemiliknya (Isnaini 2010)”.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka peneliti ingin: 1) Bagaimana pengaruh “struktur pasar dan daya saing terhadap kinerja UMKM Kerajinan Keramik di kota Malang?, 2) Bagaimana pengaruh struktur pasar terhadap kinerja UMKM kerajinan Keramik di kota Malang?, 3) Bagaimana pengaruh daya saing UMKM kerajinan Keramik di kota Malang”?

## **Kontribusi Penelitian**

### **Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada struktur pasar dan daya saing terhadap kinerja UMKM kerajinan keramik di kota Malang agar perkembangan semakin meningkat dan memberikan referensi penelitian baru di bidang UMKM di kota Malang.

### **Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam kebijakan tentang UMKM dan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi untuk Struktur pasar. Serta untuk menjelaskan mengenai hubungan Struktur pasar dengan tingkat kualitas daya saing dan diharapkan untuk memotivasi masyarakat untuk lebih memilih untuk mengonsumsi produk-produk dalam negeri.

## **KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Struktur pasar**

Menurut dari (Rizkyanti, 2010) suatu struktur pasar perekonomian yang dapat memberikan informasi tentang aspek-aspek yang berdampak penting untuk perilaku usaha dan kinerja. Dengan melihat struktur yang berlalu, maka dapat mengelompokkan suatu bentuk pasar apakah pasar bergerak melewati monopoli, persaingan sempurna, persaingan monopolistik atau persaingan oligopoli. Alur Struktur merupakan bentuk nyata dalam dunia yang sebenarnya.

### **Daya saing**

Menurut Porter (2000), daya saing ialah kemampuan atau strategi untuk bersaing dari suatu produk perusahaan bukan dilihat dari sisi produksi atau kemampuan untuk menghasilkan suatu produk atau produksi yang telah digabungkan dengan alat yang berfungsi dalam produksi.

## Kinerja

Menurut Mulyadi (2009), kinerja merupakan prestasi untuk sasaran-sasaran strategik perusahaan dan sasaran strategik perusahaan adalah hasil dari misi, visi, keyakinan dasar, nilai dasar, dan strategi. Keberhasilan perlu ditentukan ukurannya dan ditentukan inisiatif strategik untuk merealisasikan.

## Penelitian Terdahulu

Hadiati (2016) Meneliti “Peran Struktur Pasar dan Daya Saing Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Kerajinan Keramik. Dari Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar tidak signifikan pengaruhnya terhadap daya saing dan kinerja kerajinan keramik di Kota Malang. Suatu Daya saing juga tidak memediasi pengaruh struktur pasar terhadap kinerja UMKM kerajinan keramik, tetapi secara signifikan berpengaruh langsung terhadap kinerja keramik di Kota Malang. Dalam Temuan ini mengindikasikan bahwa biaya produksi, kualitas, dan teknologi produksi adalah variabel-variabel daya saing yang berperan penting dalam meningkatkan kinerja UMKM kerajinan keramik”.

Hadyati (2019) Meneliti “Studi Orientasi Kewirausahaan Dan Daya Saing Sebagai Penentu Kinerja Pemasaran Pada UMKM Pondok Wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan daya saing berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran”.

## Hipotesis Penelitian

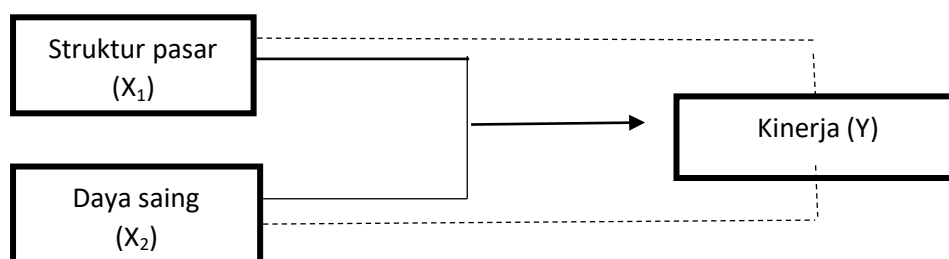
H1= Struktur pasar dan daya saing berpengaruh terhadap kinerja UMKM Kerajinan Keramik di kota Malang

H2= Struktur pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM Kerajinan Keramik di kota Malang

H3= Daya saing berpengaruh terhadap kinerja UMKM kerajinan Keramik di kota Malang

## Kerangka Konseptual

Gambar 1



Keterangan :

—————> = pengaruh secara simultan

- - - - -> = pengaruh secara parsial

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam kategori penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan meneliti pada sampel tertentu, analisis data kuantitatif tertentu bertujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono. 2013:13).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh responden, yaitu dengan melalui penyebaran kuisioner secara langsung yang diberikan kepada responden (pengusaha UMKM Kerajinan keramik) di kota Malang.

Populasi terdapat sebanyak 30 UMKM yang terdiri dari toko. Berdasarkan hasil seleksi dalam penentuan sampel penelitian, dengan objek penelitian yaitu seluruh perusahaan ekonomi kreatif dalam bidang kerajinan. Dari Hasil seleksi ini menghasilkan sebanyak 30 UMKM Kerajinan keramik di Kota Malang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan di dalam penelitian ini dengan kriteria yakni:

1. UMKM kerajinan keramik yang masih aktif beroperasi selama kurang lebih 5 tahun
2. UMKM yang memproduksi produk kerajinan keramik dengan produk utama keramik Hias.

### **METODE ANALISIS DATA**

Metode analisis data yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *software* SPSS.

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

Dimana:

Y : kinerja UMKM

$\alpha$  : Konstanta Persamaan regresi

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>: Koefisien regresi linier berganda

X<sub>1</sub>: Struktur Pasar

X<sub>2</sub>: Daya saing

e : *Standar Error* / tingkat kesalahan

### **Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### **Struktur Pasar**

Struktur pasar ialah aspek dapat mempengaruhi skala dan kinerja melalui komoditi yang dihasilkan perusahaan, seperti jumlah perusahaan, skala produksi, dan jenis produksi. Adapun indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel ini diantaranya: 1) konsentrasi, 2) ukuran perusahaan, 3) kondisi masuk keluar, 4) diferensiasi produk, 5) integrasi vertikal. Variabel diukur dengan menggunakan skala likert. Setiap responden menjawab pernyataan yang berkaitan, dengan 5 poin kesimpulan: 1) sangat tidak setuju (STS), 2) tidak setuju (TS), 3) cukup setuju (CS), 4) setuju (S), 5) sangat setuju (SS).

#### **Daya Saing**

Daya saing ialah kemampuan menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi pengujian, saat bersamaan juga memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan pendapatan dan kesempatan kerja yang lebih tinggi terhadap persaingan eksternal. Daya saing juga dapat diartikan sebagai kapasitas bangsa untuk menghadapi tantangan persaingan pasar internasional dan meningkatkan pendapatan riil-nya. Adapun indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel ini diantaranya: 1) Harga bersaing, 2) kualitas produk, 3) keunggulan bersaing. Variabel diukur

dengan menggunakan skala likert. Setiap responden diminta menjawab pernyataan yang berkaitan, dengan 5 poin penilaian: 1) sangat tidak setuju (STS), 2) tidak setuju (TS), 3) cukup setuju (CS), 4) setuju (S), 5) sangat setuju (SS).

### Kinerja

Kinerja UMKM ialah tingkat kebutuhan finansial usaha kerajinan untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Kinerja UMKM pada kenyataan yang dilakukan oleh karyawan. kinerja suatu hal yang sangat penting dalam perusahaan untuk mengukur. kinerja berjalan baik dan meningkat bersama karyawan mendapatkan gaji yang sesuai, adanya pelatihan dan pengembangan, lingkungan kerja yang nyaman, dan mendapat perlakuan yang sama. Adapun indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel ini diantaranya: 1) pencapaian keuntungan, 2) kemajuan teknis/kepuasan, 3) kualitas produk, 4) Efisiensi. Variabel ini diukur menggunakan skala likert. Setiap responden diminta untuk menjawab pernyataan yang berkaitan, dengan 5 poin penilaian: 1) sangat tidak setuju (STS), 2) tidak setuju (TS), 3) cukup setuju (CS), 4) setuju (S), 5) sangat setuju (SS).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

**Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1	30	16	25	19.43	1.794
x2	30	6	15	9.13	2.193
y	30	12	20	15.57	1.888
Valid N (listwise)	30				

*Sumber data olahan SPSS 16*

Tabel 1 yang menyajikan hasil uji statistik deskriptif variabel – variabel yang mencakup nilai minimum, nilai maximum, mean, dan standar deviasi. Dari hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel struktur pasar ( $X_1$ ) menunjukkan nilai *mean* variabel sebesar 19,43, standar deviasi sebesar 1.794, nilai *minimum* sebesar 16, dan nilai *maximum* sebesar 25.
2. Variabel Daya Saing menunjukkan nilai *mean* variabel sebesar 9,13, standar deviasi sebesar 2,193, nilai *minimum* sebesar 6, dan nilai *maximum* sebesar 15.
3. Variabel kinerja menunjukkan nilai mean sebesar 15,57, standar deviasi sebesar 1,888, nilai *minimum* sebesar 12, dan nilai *maximum* sebesar 20.

## Uji Normalitas

**Tabel 2 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Predicted Value
N		30
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	15.5666667
	Std. Deviation	.81418887
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	.124
	Negative	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		.698
Asymp. Sig. (2-tailed)		.715

a. Test distribution is Normal.

Sumber data olahan SPSS 16

Dengan mengamati tabel 2 diatas kita dapat mengetahui bahwasannya nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* melebihi 0,05 yaitu sebesar 0.715 maka nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* melebihi 0,05 oleh karena itu data penelitian ini dinyatakan normal.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 3 Uji Multikolinearitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.348	4.093		3.750	.001		
	struktur pasar	-.304	.218	-.215	-1.397	.174	.915	1.093
	daya saing	.697	.159	.675	4.392	.000	.915	1.093

a. Dependent Variable: kinerja

Sumber data olahan SPSS 16

Berdasarkan tabel 3 hasil uji multikolinearitas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel struktur pasar mempunyai nilai VIF sebesar 1,093 dan mempunyai nilai *tolerance* sebesar 0,915.
2. Variabel daya saing mempunyai nilai VIF sebesar 1,093 dan mempunyai *tolerance* sebesar 0,915.

Dari hasil pengujian multikolinearitas diatas “maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1 sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara variabel independen dalam penelitian ini”.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.007	2.196		.914	.369
	struktur pasar	.027	.117	.045	.233	.817
	daya saing	-.118	.085	-.270	-1.388	.177

a. Dependent Variable: ABS\_RES  
 Sumber data olahan SPSS 16

Berdasarkan tabel 4 diatas variabel Struktur pasar memiliki nilai signifikansi 0,817. Variabel daya saing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,177. Maka dapat disimpulkan mempunyai nilai signifikansi > 0,05 sehingga dapat dikatakan variabel terhindar dari gejala heteroskedastisitas.

**Uji Hipotesis  
 Uji F (Simultan)**

**Tabel 5 Hasil Uji F (Simultan)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	69.816	2	34.908	9.652	.001 <sup>a</sup>
	Residual	97.650	27	3.617		
	Total	167.467	29			

a. Predictors: (Constant), daya saing, struktur pasar  
 b. Dependent Variable: kinerja  
 Sumber data olahan SPSS 16

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  Sebesar 9.652 dan nilai signifikansi F sebesar  $0,001 < 0,05$  dapat disimpulkan  $H_1$  diterima, yaitu struktur pasar dan daya saing secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kinerja. Dari Hasil ini mendukung penelitian Hadiati (2016).

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 6 Hasil Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.646 <sup>a</sup>	.417	.374	1.902	2.254

a. Predictors: (Constant), daya saing, struktur pasar  
 b. Dependent Variable: kinerja  
 Sumber data olahan SPSS 16



Berdasarkan hasil pada tabel 6 diperoleh nilai R square sebesar 0,417 atau 41,7 % yaitu struktur pasar yang di bangun oleh 41,7 % variabel daya saing. Sedangkan 58,3% dapat diperoleh dari variabel lain yang mempunyai pengaruh lebih besar.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi yang berguna untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen (Struktur Pasar dan Daya Saing) terhadap variabel dependen (kinerja UMKM).

**Tabel 7 Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.348	4.093		3.750	.001
	struktur pasar	-.304	.218	-.215	-1.397	.174
	daya saing	.697	.159	.675	4.392	.000

a. Dependent Variable: kinerja

Sumber data olahan SPSS 16

Berdasarkan tabel 7 uji regresi linier berganda diatas maka dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a(15.348) + b1(304) X1 + b2(697) X2 + e$$

**Uji t (Uji Parsial)**

**Tabel 8 Uji t (Uji Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.348	4.093		3.750	.001
	struktur pasar	-.304	.218	-.215	-1.397	.174
	daya saing	.697	.159	.675	4.392	.000

a. Dependent Variable: kinerja

Sumber data olahan SPSS 16

Dalam Berdasarkan pada tabel 8 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam Struktur Pasar ( $X_1$ ) diperoleh signifikansi t sebesar 0,174 ( $0,174 > 0,05$ ). Maka  $H_2$  ditolak, dapat diketahui secara parsial variabel struktur pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM kerajinan Keramik di Malang.

Hasil penelitian mendukung penelitian Hadiati (2016) mengatakan struktur pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja kerajinan keramik di kota malang. Adanya keterbukaan pasar internasional menimbulkan lonjakan jumlah keramik asal Tiongkok yang beredar di pasar keramik Indonesia termasuk di kota malang sehingga membawa dampak negatif terhadap UMKM keramik ternyata tidak terbukti (Hadiati, 2016). hal ini dikarenakan produk keramik dinoyo mempunyai karakteristik tersendiri yang mampu menarik perhatian konsumen seperti bentuk ornamen tradisional menjadi nilai estetik tersendiri bagi konsumen keramik Dinoyo dibandingkan produk luar yang motifnya cenderung monoton. Ada indikasi kota Malang bukan pasar tujuan produk

keramik asal Tiongkok. Salah satu penyebabnya produk keramik malang memiliki karakteristik sendiri sehingga mampu bersaing dengan keramik asal Tiongkok (Malang Pos, 2015). Struktur pasar tercipta oleh integrasi pasar yang seharusnya pasar persaingan sempurna tetapi struktur pasar kerajinan keramik terbentuk di kota malang ialah pasar persaingan tidak sempurna sebagian besar pengrajin keramik mengatakan jumlah penghasil keramik di Malang relatif sedikit dan sebagian besar juga tidak mengetahui jumlah penghasil keramik di Indonesia dan negara-negara lain.

2. Dalam Daya saing ( $X_2$ ) signifikansi  $t$  sebesar 0,000 ( $0,00 > 0,05$ ) maka  $H_3$  diterima, dapat dikatakan secara parsial variabel daya saing berpengaruh Negatif terhadap kinerja UMKM kerajinan keramik di kota Malang.

Daya saing yang merupakan kemampuan perusahaan masuk dalam persaingan yang mampu meningkatkan kinerja UMKM kerajinan keramik dan sebagai penggerak utama dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dilihat dari pernyataan yang diisi oleh responden yang berkaitan dengan indikator daya saing para responden setuju bahwa daya saing memiliki pengaruh yang besar terhadap kinerja UMKM, antara lain (a.) Jumlah biaya untuk produksi kerajinan keramik lebih rendah dibandingkan di daerah lain (b.) kualitas produk kerajinan keramik di malang lebih bagus dari daerah lain (c.) tingkat produksi kerajinan keramik saat ini lebih banyak dari tahun lalu. Pada penelitian ini ada beberapa variabel-variabel daya saing untuk meningkatkan kinerja UMKM kerajinan keramik Dinoyo. Dengan adanya kondisi tersebut maka produsen keramik dinoyo memiliki nilai daya saing yang lebih pada industri keramik. Oleh karena itu Para UMKM kerajinan keramik harus mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya guna meningkatkan kinerja UMKM kerajinan keramik Dinoyo.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Struktur pasar dan daya saing secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kinerja.
2. Secara parsial variabel struktur pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM kerajinan Keramik di Malang.
3. Secara parsial variabel daya saing berpengaruh Negatif terhadap kinerja UMKM kerajinan keramik di kota Malang.

### **Keterbatasan**

1. Waktu dalam penelitian ini hanya dilakukan selama 2 minggu dikarenakan adanya pandemi yang menyebabkan tempat penelitian yaitu UMKM kerajinan keramik dinoyo tidak beroperasi seperti biasanya.
2. variabel dalam penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel yaitu, Struktur pasar, daya saing, dan kinerja.

### **Saran**

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah waktu pengamatan, waktu pengambilan dan menambah metode pengambilan data misalkan wawancara langsung oleh responden supaya data yang diperoleh lebih akurat dan konsisten.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah pada variabel independennya, seperti Inovasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hadiati, Sri. 2016. Peran Struktur Pasar dan Daya Saing Dalam Meningkatkan kinerja UMKM kerajinan Keramik. Universitas Gajayana, Malang. Jurnal Ekonomi dan Keuangan.
- Hadyati. 2019. Studi Orientasi Kewirausahaan Dan Daya Saing Sebagai Penentu Kinerja Pemasaran Pada UMKM Pondok Wisata. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Gajayana Malang.
- Isnaini S. 2010. Implementasi komunikasi pemasaran terpadu sebagai penyampai pesan promosi usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia". J Masyarakat Kebudayaan dan Politik.
- Malang Post. 2015. Pemkot Malang Goes to Europe. [http://www.malang-post.com/kota - malang/102081-pemkot-malang-goes-to-europe](http://www.malang-post.com/kota-malang/102081-pemkot-malang-goes-to-europe).
- Mangkuprawira, Wibowo, KBBI. 2007. Pengertian Kinerja. dari, [https://googleweblight.com/i?u=https://www.slideshare.net/mobile/HeniIstianin gsih/faktorfaktor-yang-mempengaruhi-kinerja-karyawan-umkm-pada-sungkai-indah-furnitur&hl=id-ID](https://googleweblight.com/i?u=https://www.slideshare.net/mobile/HeniIstianin/gsih/faktorfaktor-yang-mempengaruhi-kinerja-karyawan-umkm-pada-sungkai-indah-furnitur&hl=id-ID)
- Mulyadi. 2009. Manajemen Sumber daya Manusia, jakarta cetakan kesembilan
- Porter. 2000. Management: Meeting New Challenges. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Rizkyanti, A. 2010. Analisis Struktur Pasar Industri Karet Dan Barang Karet Periode Tahun 2009. Media Ekonomi, 18(2).
- Sulistiyastuti dan Dyah R. 2004. Dinamika usaha kecil dan menengah (UKM): Analisis konsentrasi regional UKM di Indonesia 1999-2001. J.Ekonomi Pembangunan.

\*) Vivin Setia Irnia adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

\*\*\*) Abdul Wahid Mahsuni adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.

\*\*\*\*) Junaidi adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.