MENCIPTAKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PEMBERIAN KREDIT YANG DIDUKUNG OLEH PENDAPATAN PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) SEBAGAI MITRA BINAAN DARI PT JASA MARGA (PERSERO) TBK. CABANG PURBALEUNYI

Syeirabani Hatta - 21211083

Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia

E-mail : syeirahatta94@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Kecil Menengah (UKM) berperan sangat penting dalam pembangunan ekonomi nasional, sehingga butuh perhatian dari pemerintah untuk menggerakkan UKM dalam rangka membangun taraf hidup masyarakat di Indonesia. Namun hingga kini perkembangan UKM masih jauh tertinggal dibandingkan dengan pelaku ekonomi yang lain, khususnya usaha dengan skala besar. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan permasalahan yang masih dihadapi UKM seperti kurangnya permodalan, akses pembiayaan yang terbatas, manajemen yang lemah, pemanfaatan teknologi dan kualitas sumber daya yang belum maksimal, dan sulitnya memenangkan persaingan bisnis karena didominasi oleh iklim yang sangat kompetitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana menciptakan sebuah keunggulan bersaing melalui pemberian kredit yang didukung oleh pendapatan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada 95 UKM yang dibina oleh PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Cabang Purbaleunyi. Desain penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan Analisis Jalur (*Path Analysis*) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemberian kredit terhadap keunggulan bersaing melalui pendapatan.

Hasil penelitian menujukkan bahwa: 1) Pemberian kredit berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan, 2) Pemberian kredit berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing, 3) Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing, dan 4) Pemberian kredit berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing yang didukung oleh pendapatan.

Kata kunci: Pemberian Kredit, Pendapatan, dan Keunggulan Bersaing.

A. LATAR BELAKANG

Pada dasarnya piramida ekonomi Indonesia didominasi oleh usaha kecil menengah yang berada dalam iklim yang sangat kompetitif. Maka dari itu, pemerintah sangat antusias untuk bergerak mengembangkan usaha kecil menengah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran yang sangat penting dan memiliki potensi yang baik dalam pembangunan ekonomi nasional, namun hingga kini perkembangan UKM masih jauh tertinggal dibandingkan dengan pelaku ekonomi yang lain. Selain itu, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan tidak dapat dihindari sehingga pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif. Pada kenyataannya UKM masih menghadapi permasalahan seperti kurangnya permodalan, akses pembiayaan yang terbatas, manajemen yang lemah, pemanfaatan teknologi informasi yang belum maksimal, dan kualitas sumber daya manusia yang minim.

Persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat mengharuskan setiap pelaku usaha memiliki strategi bersaing untuk meningkatkan kekuatan dan meminimalisasi kelemahan yang terdapat pada ruang lingkup internal perusahaan, serta memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang terdapat pada eksternal perusahaan baik dari dalam atau luar negeri. Selain itu, dibutuhkan sebuah peran pemerintah melalui sebuah badan yang dapat membina dan mendukung dalam rangka meminimalisasi permasalahan tersebut. Badan yang dimaksud adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki tanggung jawab sosial dalam rangka mengembangkan ekonomi kerakyatan melalui para pelaku usaha kecil dan menengah, yaitu salah satunya melalui program kemitraan yang merupakan tanggung jawab sosial dari perusahaan yang terkait.

Salah satu Badan Usaha Milik Negara yang telah melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dengan Usaha Kecil Menengah yaitu PT Jasa Marga (Persero), Tbk Cabang Purbaleunyi. Sebagai operator jalan tol dan Badan Usaha Milik Negara, kontribusi Jasa Marga kepada masyarakat dilaksanakan melalui *Unit Community Development Program*. Tujuan pelaksanaan program ini adalah membangun hubungan harmonis dengan masyarakat, sekaligus memberi kontribusi nyata untuk lingkungan masyarakat yang sejahtera. Dengan mempertimbangkan keselarasan dengan potensi lingkungan masyarakat dimana program dilaksanakan,

pelaksanaan program mengacu pada Keputusan Direksi No. 230/KPTS/2007 tentang Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Program Kemitraan merupakan program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program Kemitraan dimulai sejak tahun 1992 yang dilaksanakan oleh Unit Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang bertanggung jawab kepada Direksi melalui Direktur Keuangan. Sedangkan Program Bina Lingkungan meliputi pemberian bantuan kesehatan, bantuan pendidikan, penyediaan sarana dan prasarana, pelestarian alam, sarana ibadah serta bantuan bencana alam dan program sosial kemasyarakatan dalam pengentasan kemiskinan. Berdasarkan data Mitra Binaan yang dipeoleh dari PT Jasa Marga cabang Purbaleunyi, sebagian besar mitra binaannya berada dalam sektor yang sama, yaitu sektor perdagangan, sehingga menimbulkan persaingan yang begitu ketat. Persaingan yang dialami mengharuskan para Mitra Binaan memiliki keunggulan bersaing agar dapat memenangkan persaingan dengan para pelaku usaha lainnya. Keunggulan bersaing dalam sebuah usaha kecil atau menengah tentunya dibutuhkan sebuah strategi khusus dan penciptaaan nilai superior bagi para pelanggan. Menciptakan produk yang unik dan memanfaatkan perkembangan teknologi membutuhkan sumber daya muanusia yang berkualitas dan didukung dengan modal yang optimal.

Keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat dicapai melalui pemberian kredit yang disalurkan oleh Program Kemitraan tersebut. Supranoto (2009) mengatakan bahwa pemberian kredit lunak kepada pemilik usaha yang berasal dari pemerintah masih belum merata, karena banyaknya usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia. Selanjutnya, Sugiarto (2008) juga mengatakan bahwa kecenderungan pemberian kredit adalah pada pengusaha besar daripada pengusaha kecil dan menengah karena alasan kelemahan manajerial pemasaran. Pemberian kredit juga diharapkan dapat membantu mitra binaan agar usasha yang dimilikinya lebih unggul dibandingkan dengan usaha kecil yang bukan binaan dari PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi. Beberapa usaha kecil menengah yang dimiliki mitra binaan yang paling berkontribusi di antaranya yaitu usaha pakaian batik, mukena, dan jaket kulit yang berada di Tasikmalaya. Penciptaan keunggulan bersaing juga harus didukung oleh pendapatan yang dihasilkan oleh Mitra Binaan tersebut. Pendapatan yang diperoleh dapat dialokasikan sebagai investasi dan menunjang keberlangsungan hidup usaha yang dijalankan oleh para mitra binaan.

B. KAJIAN PUSTAKA

a. Pemberian Kredit

Menurut Suhardjono dalam bukunya (2003:11) mengatakan: "Secara etimologis, kredit berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*Credere*" atau berasal dari bahasa Latin "*Creditum*" yang berarti kepercayaan akan kebenaran." Rachmat Firdaus (2003) dalam Ni Wayan Ana, dkk. (2014:4) menyatakan pemberian kredit merupakan suatu pencatatan dan pengolahan data secara sistematis berupa pinjaman sejumlah uang kepada seseorang berdasarkan perjanjian yang telah disepakati serta diwajibkan untuk melunasi utangnya pada jangka waktu tertentu dengan bunga yang telah ditetapkan dengan pencatatan data dan informasi secara sistematis. Menurut Veitzhal (2006) dalam Henny Sjafitri (2011:108), "Kredit adalah penyerahan barang, jasa, atau dari satu pihak atas dasar kepercayaan kepada pihak lain dengan janji membayar dari penerima kredit kepada pemberi kredit pada tanggal yang telah disepakati kedua belah pihak".

b. Pendapatan

Purnomo (1993) dalam Ni Wayan Ana, dkk. (2014:4) menyatakan: "Pendapatan adalah semua penghasilan yang diterima setiap orang dalam kegiatan ekonomi dalam satu periode tertentu." Menurut Wikipedia (2013): "Dalam bisnis, pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan." Menurut penelitian Robby Rahmaddhani yang berjudul "Analisis Pemberian Kredit Usaha Rakyat dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk Unit Sukajadi Cabang Sekayu (2013:15) mengartikan pendapatan sebagai "Jumlah uang berupa laba, bunga dan sebagainya yang berasal dari usaha, profesi yang dimiliki". Sedangkan indikator yang digunakan dari variabel pendapatan yaitu realisasi pencapaian target penjualan. Menurut Indra Resqi Habibi (2014:27): "Kata omzet berati jumlah atau pendapatan, sedangkan penjualan adalah suatu kegiatan menjual barang atau jasa dengan tujuan untuk mencari laba atau keuntungan. Jadi omzet penjualan adalah banyaknya pendapatan yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa".

c. Keunggulan Bersaing

Porter (1985) dalam bukunya menyatakan bahwa keunggulan bersaing sebagai upaya penciptaan nilai pelanggan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas spesifik secara ekonomis ataupun kualitas superior atau pelayanan ataupun kombinasi keduanya dibandingkan dengan para kompetitornya. Dalam penelitian yang telah dilakukan Droge dan Vickery (1994) dalam Sensi Tribuana Dewi (2006:27) ada tiga indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing yaitu: Keunikan produk, Kualitas produk, dan Harga bersaing.

C. METODE PENELITIAN

a. Variabel Penelitian

1. Variabel Independen.

Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya *Dependent Variable* (terikat). Data yang menjadi variabel bebas (Variabel X1) dalam penelitian ini adalah pemberian kredit.

2. Variabel Intervening Tidak Murni

Variabel Intervening Tidak Murni yaitu variabel yang dapat berlaku sebagai variabel intervening sekaligus sebagai variabel independen ke-2. Data yang menjadi variabel intervening tidak murni (X2) dalam penelitian ini adalah pendapatan.

3. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel terkait yang dipengaruhi atau mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keunggulan Bersaing.

b. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mitra binaan pada Program Kemitraan PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi yaitu meliputi wilayah binaan: Bandung, Sumedang, Ciamis, Tasikmalaya, Garut, Cianjur, dan Cimahi. Jumlah seluruh mitra binaan pada wilayah binaan tersebut yaitu sebanyak 1.288 mitra binaan.

2. Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *Stratified Cluster Sampling,* yaitu menyeleksi sampel dengan cara memilih kluster-kluster secara acak untuk tiap unit *sampling*. Sedangkan untuk metode penarikan sampel digunakan rumus *Slovin* yang dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, dan 10%)

$$n = \frac{1288}{1 + 1288\ (0{,}1)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi = 1288

e = batas kesalahan yang ditoleransi = 10%

Jumlah sampel yang diperoleh adalah sebesar 92,79. Kemudian jumlah tersebut dibulatkan menjadi 93. Maka dari itu, jumlah sampel minimal yang diperoleh adalah sebanyak 93 mitra binaan.

c. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan yaitu *path analysis* karena bertujuan untuk untuk mengetahui hubungan atau pengaruh secara langsung atau tidak langsung antara variabel independen dan dependen. Peneliti menggunakann analisis jalur karena peneliti ingin memastikan seberapa besar Keunggulan Bersaing dipengaruhi oleh Pemberian Kredit yang didukung oleh Pendapatan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Persero), Tbk. Cabang Purbaleunyi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Pendapatan

Tabel 1.1
Koefisien Jalur Pemberian kredit Terhadap Pendapatan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.388	.804		4.217	.000
	Pemberian kredit (X1)	.279	.047	.523	5.914	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan (X2)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, nilai koefisien beta (β) = 0,523 merupakan *path coefficient* atau koefisien jalur (ρX_1X_2) yang mengindikasikan pengaruh langsung (*Direct Effect*) variabel eksogen terhadap variabel endogen. Maka dari itu, koefisien beta 0,523 menyatakan bahwa setiap terjadi satu kenaikan pemberian kredit akan meningkatkan pendapatan sebesar 0,523 atau 52,3% tanpa dipengaruhi oleh faktor lain dan termasuk dalam kategori kuat.

b. Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Keunggulan Bersaing

Tabel 1.2
Koefisien Jalur Pemberian kredit Terhadap Keunggulan bersaing

Coefficients[a]

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.062	.710		5.719	.000
	Pemberian kredit (X1)	.446	.045	.641	9.965	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing(Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2015.

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien beta (β) = 0,641 merupakan *path coefficient* atau koefisien jalur (ρ_{X2Y}) yang mengindikasikan pengaruh langsung (*direct effect*) variabel eksogen terhadap variabel endogen. Maka dari itu, hasil tersebut menyatakan bahwa setiap terjadi satu kenaikan pemberian kredit akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,641 atau 64,1% tanpa dipengaruhi oleh faktor lain dan termasuk dalam kategori kuat.

c. Pengaruh Pendapatan terhadap Keunggulan Bersaing

Tabel 1.3
Koefisien Jalur Pendapatan terhadap Keunggulan bersaing

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.062	.710		5.719	.000
	Pemberian kredit (X1)	.446	.045	.641	9.965	.000
	Pendapatan (X2)	.413	.084	.317	4.923	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing (Y)

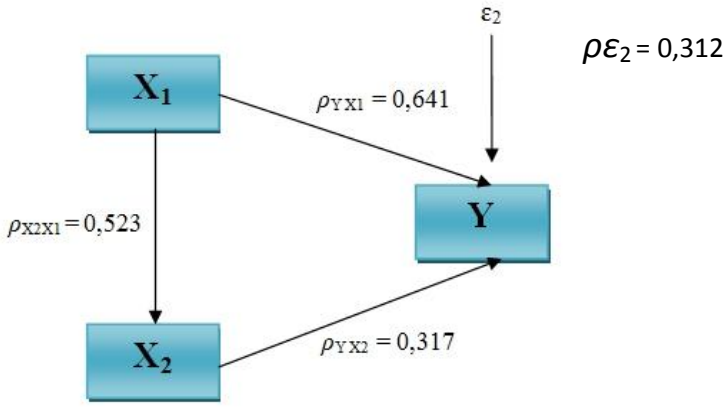
Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien beta (β) = 0,317 merupakan *path coefficient* atau koefisien jalur ($\rho X_2 Y$) yang mengindikasikan pengaruh langsung (*Direct Effect*) variabel eksogen terhadap variabel endogen. Maka dari itu, hasil tersebut menyatakan bahwa setiap terjadi satu kenaikan pendapatan akan meningkatkan keunggulan bersaing sebesar 0,317 atau 31,7% tanpa dipengaruhi oleh faktor lain dan termasuk dalam kategori kuat.

d. Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Keunggulan Bersaing melalui Pendapatan

Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing pengaruh langsung (*direct effect)* antar variabel, maka dapat disajikan lebih sederhana sebagai berikut:

$X_1 \rightarrow X_2$; $\rho_{X2X1} = 0{,}523$ $X_1 \rightarrow Y$; $\rho_{Y\,X1} = 0{,}641$

$X_2 \rightarrow Y$; $\rho_{YX2} = 0{,}317$



Gambar 1.1
Diagram Jalur Pengaruh Langsung Antar Variabel

Sedangkan pengaruh pemberian kredit terhadap keunggulan bersaing melalui pendapatan merupakan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), atau lebih sederhana dapat disajikan sebagai berikut:

$X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow Y$; $\rho_{X2X1} \times \rho_{YX2} = 0{,}523 \times 0{,}317 = 0{,}165$ atau 16,5%

Sedangkan pengaruh total (*total effects*) adalah penjumlahanantara pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut;

$TE = DEx_2x_1 + IE_Yx_2x_1 = 0{,}523 + 0{,}165 = 0{,}688$ atau 68,8%.

Adapun koefisien residu ε_2 adalah besarnya pengaruh variabel di luar penelitian (di luar variabel yang sedang diteliti). Didapat koefisien residu yaitu sebesar 31,2 %.

e. Hipotesis 1 (Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Pendapatan)

Berdasarkan hipotesis yang menyatakan bahwa pemberian kredit berpengaruh terhadap pendapatan terbukti kebenarannya. Hal ini berdasarkan pernyataan yang diajukan kepada 95 mitra binaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi sebagai responden diperoleh hasil bahwa variabel pemberian kredit terbukti secara signifikan memiliki pengaruh secara langsung terhadap pendapatan sebesar 52,3%. Kedua variabel ini memiliki keeratan hubungan yang cukup kuat. Maka dari itu, variabel pemberian kredit perlu diperhatikan oleh PT Jasa Marga dalam rangka meningkatkan pendapatan mitra binaannya. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan teoritik dari Mulyono (1987) dan Simorangkir (2005) yang menyatakan bahwa dengan adanya pemberian kredit serta modal yang tinggi akan mampu meningkatkan pendapatan usaha kecil, karena tingginya tingkat pemberian kredit yang ada akan mampu menambah modal kerja dari suatu usaha sehingga berpengaruh pada pendapatan usahanya. Temuan hasil ini juga didukung temuan empiris oleh Setiawina (2005) yang mengatakan bahwa pemberian kredit dan modal berpengaruh positif terhadap penghasilan kotor UKM.

f. Hipotesis 2 (Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Keunggulan Bersaing)

Berdasarkan hipotesis yang menyatakan bahwa pemberian kredit berpengaruh terhadap keunggulan bersaing terbukti kebenarannya. Hal ini berdasarkan pernyataan yang diajukan kepada 95 mitra binaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi sebagai responden diperoleh hasil bahwa variabel pemberian kredit terbukti secara signifikan memiliki pengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing sebesar 64,1%. Kedua variabel ini memiliki keeratan hubungan yang sangat kuat. Artinya, variabel pemberian kredit sangat dominan mempengaruhi keunggulan bersaing.

Bharadwaj et al (1993, p. 83-84) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini, pemberian kredit diperuntukkan dalam rangka memanfaatkan sumber daya yang ada pada usaha yang sedang dijalankan oleh para mitra binaan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, produk-produk yang dihasilkan mitra binaan sudah cukup memiliki keunggulan bersaing, ditunjukkan dengan pernyataan bahwa 80% mitra binaan cukup setuju bahwa produk yang dihasilkan menggunakan

produk yang berkualitas. Menurut Kettunen (2002), pemerintah dan asosiasi industri, pusat pelatihan, lembaga keuangan, institusi pendidikan dan pelatihan memainkan peran penting dalam memfasilitasi UKM dalam memperbaiki keunggulan bersaingnya.

g. Hipotesis 3 (Pengaruh Pendapatan terhadap Keunggulan Bersaing)

Berdasarkan hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing terbukti kebenarannya. Hal ini berdasarkan pernyataan yang diajukan kepada 95 mitra binaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi sebagai responden diperoleh hasil bahwa variabel pemberian kredit terbukti secara signifikan memiliki pengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing sebesar 31,7%. Kedua variabel ini memiliki keeratan hubungan yang kuat, atau dengan kata lain variabel pendapatan berpengaruh dominan terhadap keunggulan bersaing. Pendapatan yang semakin meningkat, mitra binaan akan lebih mudah untuk melakukan peningkatan kualitas dan keunikan pada produknya.

h. Hipotesis 4 (Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Keunggulan Bersaing yang didukung oleh Pendapatan)

Berdasarkan hipotesis yang menyatakan bahwa pemberian kredit berpengaruh terhadap keunggulan bersaing yang didukung oleh pendapatan terbukti kebenarannya. Hal ini berdasarkan pernyataan yang diajukan kepada 95 mitra binaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi sebagai responden diperoleh hasil bahwa variabel pemberian kredit berpengaruh tidak langsung terhadap keunggulan bersaing melalui pendapatan sebesar 16,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan sebagai variabel mediasi atau variabel pendukung untuk menciptakan keunggulan bersaing. Berdasarkan persamaan jalur diketahui ada variabel lain yang berpengaruh di luar variabel yang diteliti (faktor residual). Besar pengaruh faktor residual yaitu 31,2 %. Artinya, terdapat faktor lain yang mempengaruhi terciptanya keunggulan bersaing selain pemberian kredit dan dukungan pendapatan. Salah satu variabel lain yang diduga mempengaruhi keunggulan bersaing adalah inovasi. Sebagaimana pendapat Cooper (2000 p. 38) bahwa keunggulan produk baru sangat penting dalam lingkaran pasar global yang sangat bersaing. Keunggulan tersebut tidak lepas dari pengembangan produk inovasiyang dihasilkan sehingga akan mempunyai keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan mengenai keunggulan bersaing dipengaruhi oleh pemberian kredit yang didukung oleh pendapatan UKM sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Pitersero) Tbk Cabang Purbaleunyi, m:aka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemberian kredit pada UKM sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Persero), Tbk Cabang Purbaleunyi secara umum berada dua tingkat di bawah ukuran yang diharapkan. Biterdasarkan hasil dari analisis deskriptif, dapat disimmpulkan bahwa Jasa Marga memiliki keterbatasan dalam menganalisis dan mensurvei calon mitra binaan yang akan diberikan kredit. Kemudian, pendapatan yang diterima oleh mitra binaan setelah diberikan kredit pada umumnya mengalami perubahan, namun perubahan tersebut belum sesuai dengan harapan karena masih berada dua tingkat di bawah ukuran yang diharapkan.
2. Pemberian kredit memberikan pengaruh sebesar 52,3% terhadap Pendapatan pada UKM sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleuny**i.**
3. Pemberian Kredit memberikan pengaruh sebesar 64,1% terhadap Keunggulan bersaing pada UKM sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Persero), Tbk Cabang Purbaleunyi.
4. Pendapatan memberikan pengaruh sebesar 31,7% terhadap Keunggulan Bersaing UKM sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Persero), Tbk Cabang Purbaleunyi.
5. Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh pemberian kredit yang didukung oleh pendapatan UKM sebagai mitra binaan dari PT Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Purbaleunyi yaitu sebesar 68,8%.

2. Saran

1. Perusahaan membutuhkan tingkat kecermatan yang lebih baik dalam mensurvei dan menganalisis kondisi UKM dengan kenyataan yang sebenarnya. Maka dari itu, perusahaan perlu melakukan penelitian lebih lanjut terhadap calon mitra binaan tersebut. Dalam hal mengenai realisasi pencapaian target penjualan sebaiknya diadakan evaluasi dan pengarahan untuk menciptakan strategi yang baik terhadap mitra binaan. Mitra binaan dan perusahaan sebaiknya dapat menjalin hubungan yang lebih erat dan meningkat dan saling mendukung. Dalam hal mengenai keunggulan bersaing, hendaknya perusahaan lebih sering untuk mengadakan pameran dan khususnya untuk mitra binaan yang menghasilkan produk-produk unik dan inovatif.
2. Kredit yang diberikan kepada mitra binaan hendaknya lebih sesuai dengan kebutuhan dan kondisi usaha yang sedang berjalan. Karena faktor ini juga cukup dominan dalam mempengaruhi pendapatan, faktor ini layak untuk lebih diperhatikan oleh perusahaan, terutama saat sebelum kredit diberikan kepada mitra binaan, agar mitra binaan dan perusahaan dapat menjalin hubungan yang saling menguntungkan.

3. Pendapatan yang diterima oleh mitra binaan hendaknya digunakan dalam rangka melakukan upaya-upaya untuk merubah strategi usaha mereka, dengan mempertahankan kualitas produk dan sumber daya yang dimiliki usahanya. Sumber daya yang berkualitas dan tenaga ahli yang dimiliki hendaknya dapat berkontribusi dalam menghasilkan produk yang lebih unik dan memiliki nilai yang lebih dibandingkan dengan pesaing yang bukan mitra binaan dari Jasa Marga.
4. Keunggulan bersaing dapat diciptakan dengan mengoptimalkan penggunaan kredit yang diberikaan perusahaan serta dapat mengatur strategi bersaing dengan pendapatan yang diterima. Perubahan pendapatan yang terjadi setelah diberikan kredit hendaknya dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Upaya untuk menciptakan keunggulan bersaing salah satunya dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang terkait di dalamnya untuk lebih memahami teknologi serta berinovasi dan menghasilkan produk yang memiliki nilai lebih, unik, dan harga yang terjangkau dibandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

Bahannoer Noni Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Perkembangan Usaha Kecil dan Mengengah pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Pertamina (Persero) Unit Pemasaran I Medan [Journal]. - p. 2009.

Dr. Ir.Eddy Soegoto Soeryanto Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung [Book]. - Jakarta : PT Elex Media Komputindo KOMPAS GRAMEDIA, 2010.

Fatah Ahmad Vian Abdul [Journal] // Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap keunggulan bersaing.

Heerawati Augustin Rina Sistem Kemitraan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) - Usaha Besar dengan Pemodelan Systems Archetype [Journal]. - 2011.

Layanan Yosef Anton Evaluasi Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Menengah oleh PT Jasa Marga, Tbk Cabang Purbaleunyi Kota Bandung [Journal].

Meiza Efilia PENGARUH PENDAPATAN USAHA DAN BEBAN OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PERUSAHAAN KIMIA DAN

KERAMIK,PORSELIN & KACA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2008-2012 [Journal]. - 2014.

Purnamayanti Ni Wayan Ana, I Wayan Surendra and Ni Nyoman Yulianthini PENGARUH PEMBERIAN KREDIT DAN MODALTERHADAP PENDAPATAN UKM [Journal] // e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha. - 2014.

R Tegar Dwiangga ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN [Journal].

Tbk PT Jasa Marga (Persero) [Online]. - Januari 2015. - http://www.jasamarga.com/layanan-jalan-tol/purbaleunyi.html.

Tbk PT Jasa Marga (Persero) Laporan Keberlanjutan [Report]. - 2012.

Tbk PT Jasa Marga (Persero) Laporan Tahunan [Report]. - 2012.

Tbk PT Jasa Marga (Persero) Laporan Tahunan [Report]. - 2013.