

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Sosial Ekonomi Penerima Bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci

5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur adalah lamanya waktu sejak seseorang atau sesuatu lahir atau dibuat hingga waktu tertentu, biasanya dihitung dalam tahun. Dalam konteks manusia, umur sering digunakan untuk mengukur tahapan kehidupan seseorang. Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.1 Karakteristik Penerima Bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci Berdasarkan Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	21 - 30	13	15,85
2	31 - 40	21	25,61
3	41 - 50	30	36,59
4	51 - 60	18	21,95
	Jumlah	82	100,00
	Rata-Rata Umur (Tahun)	42 Tahun	

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 5.1 menggambarkan karakteristik penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci berdasarkan kelompok umur. Sebanyak 30 orang atau 36,59% dari penerima bantuan berada pada kelompok umur 41-50 tahun, yang merupakan kelompok mayoritas. Kelompok ini menunjukkan bahwa individu pada usia tersebut memiliki potensi yang cukup besar dalam mengelola usaha, karena berada pada usia produktif yang matang. Kelompok umur 31-40 tahun juga mencatatkan angka yang signifikan, yaitu 21 orang (25,61%), yang menunjukkan

bahwa mereka juga aktif dalam memanfaatkan bantuan UMKM untuk mengembangkan usaha mereka. Di sisi lain, kelompok umur 51-60 tahun mencatatkan 18 orang (21,95%), yang menunjukkan bahwa meskipun lebih tua, mereka tetap aktif dalam menjalankan usaha. Kelompok umur 21-30 tahun, meskipun memiliki persentase yang lebih rendah (15,85%), tetap menunjukkan adanya partisipasi dari kalangan muda dalam program bantuan UMKM.

Dengan rata-rata umur penerima bantuan yang tercatat 42 tahun, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci berasal dari individu yang berada pada usia dewasa menengah, yang memiliki pengalaman dan keterampilan yang cukup untuk mengelola usaha. Namun, kelompok muda (21-30 tahun) yang memiliki persentase lebih kecil menunjukkan bahwa mereka mungkin perlu lebih didorong dan diberikan pelatihan tambahan agar dapat lebih aktif dalam memanfaatkan peluang bantuan UMKM. Pemberian perhatian khusus kepada kelompok muda ini akan meningkatkan partisipasi mereka dalam pengembangan usaha dan membantu mereka mencapai kesuksesan dalam jangka panjang.

5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha

Lokasi usaha adalah tempat atau area di mana suatu bisnis atau kegiatan ekonomi dijalankan. Pemilihan lokasi usaha sangat penting karena dapat memengaruhi akses pelanggan, biaya operasional, dan keuntungan bisnis. Faktor-faktor yang biasanya dipertimbangkan dalam menentukan lokasi usaha meliputi: Aksesibilitas (mudah dijangkau oleh pelanggan dan pemasok) dan dekat dengan

pasar, lokasi wisata atau target konsumen. Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan lokasi usaha dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.2 Karakteristik Penerima Bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci Berdasarkan Lokasi Usaha

No	Lokasi Usaha	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Strategis	42	51,22
2	Tidak Strategis	40	48,78
	Jumlah	82	100,00
	Rata-Rata Lokasi Usaha	Strategis	

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 5.2 menunjukkan distribusi lokasi usaha penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci. Sebanyak 42 orang (51,22%) memilih untuk membuka usaha di lokasi yang strategis, sementara 40 orang (48,78%) memilih lokasi usaha yang dianggap tidak strategis. Hal ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari penerima bantuan UMKM memilih lokasi usaha yang lebih mudah diakses oleh pelanggan dan berada di area dengan potensi pasar yang lebih tinggi, seperti di pusat keramaian, dekat fasilitas umum, atau jalur transportasi utama. Lokasi strategis ini biasanya memiliki keunggulan dalam hal visibilitas dan aksesibilitas, yang dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha.

Di sisi lain, meskipun jumlah penerima bantuan yang memilih lokasi usaha tidak strategis hampir sama dengan mereka yang memilih lokasi strategis, hal ini mencerminkan bahwa beberapa penerima bantuan mungkin lebih memilih lokasi dengan biaya sewa yang lebih rendah atau aksesibilitas yang lebih terjangkau meskipun potensi pasar dan visibilitasnya terbatas. Dengan rata-rata lokasi usaha yang strategis, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci memilih untuk mendirikan usaha di lokasi yang

dapat mendukung kelangsungan dan perkembangan usaha mereka, meskipun ada juga yang memilih lokasi yang lebih terjangkau dari segi biaya.

5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan terakhir dalam karakteristik responden merujuk pada jenjang pendidikan tertinggi yang telah diselesaikan oleh responden dalam suatu penelitian atau survei. Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.3 Karakteristik Penerima Bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SMP (Tahun Sukses = 9 Tahun / Tidak Tamat SMA)	20	24,39
2	SMA (Tahun Sukses = 12 Tahun / Tidak Melanjutkan atau Menyelesaikan Perguruan Tinggi)	46	56,10
3	Sarjana (Tahun Sukses = 16 Tahun)	16	19,51
	Jumlah	82	100,00
	Rata-Rata Pendidikan	SMA	

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 5.3 menggambarkan distribusi tingkat pendidikan penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci. Sebagian besar penerima bantuan, yaitu 46 orang (56,10%), memiliki pendidikan terakhir di tingkat SMA, yang menunjukkan bahwa mayoritas penerima bantuan UMKM di wilayah ini memiliki latar belakang pendidikan menengah. Pendidikan ini memberikan dasar yang cukup untuk menjalankan usaha, namun mungkin membatasi pemahaman mereka dalam hal pengelolaan bisnis yang lebih kompleks. Kelompok penerima dengan pendidikan setingkat SMP sebanyak 20 orang (24,39%) menunjukkan bahwa ada sejumlah penerima bantuan dengan tingkat pendidikan lebih rendah, yang

mungkin memerlukan pelatihan tambahan untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan teknis mereka. Sementara itu, 16 orang (19,51%) memiliki pendidikan sarjana, yang menunjukkan bahwa meskipun jumlahnya lebih kecil, ada juga penerima bantuan UMKM yang memiliki pendidikan tinggi dan berpotensi mengelola usaha dengan lebih terstruktur dan profesional.

Dengan rata-rata pendidikan penerima bantuan yang tercatat pada tingkat SMA, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci memiliki tingkat pendidikan menengah. Ini berarti ada potensi besar untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola usaha melalui program pelatihan dan pendampingan, terutama bagi mereka yang memiliki latar belakang pendidikan SMP. Selain itu, penerima dengan pendidikan sarjana, meskipun lebih sedikit, dapat menjadi sumber inspirasi dan pemimpin yang dapat membantu memperkenalkan inovasi dan strategi bisnis yang lebih maju dalam pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah. Penyuluhan dan pelatihan tambahan untuk semua kelompok pendidikan ini akan meningkatkan potensi dan keberlanjutan usaha UMKM di Kabupaten Kerinci.

5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Modal

Modal merujuk pada klasifikasi responden dalam penelitian berdasarkan jumlah atau sumber modal yang mereka gunakan dalam menjalankan usaha. Hal ini penting untuk memahami keterkaitan antara modal dengan keberhasilan usaha, skala bisnis, dan pendapatan. Analisis karakteristik responden berdasarkan modal membantu melihat bagaimana modal mempengaruhi perkembangan usaha,

keberlanjutan bisnis, serta kesenjangan dalam dunia usaha. Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan modal dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.4 Karakteristik Penerima Bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci Berdasarkan Modal

No	Modal (Rupiah)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2.500.000 – 5.624.999	34	41,46
2	5.625.000 – 8.749.999	28	34,15
3	8.750.000 – 11.874.999	17	20,73
4	11.875.000 – 15.000.000	3	3,66
	Jumlah	82	100,00
	Rata-Rata Modal (Rupiah)	6.542.683	

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 5.4 menunjukkan distribusi modal yang dimiliki oleh penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci. Sebagian besar penerima bantuan, yakni 34 orang (41,46%), memiliki modal usaha antara Rp 2.500.000 hingga Rp 5.624.999, yang menunjukkan bahwa mayoritas penerima bantuan memulai usaha dengan modal yang relatif terbatas. Kelompok ini mencerminkan bahwa usaha mikro di Kabupaten Kerinci banyak yang dimulai dengan modal kecil, yang bisa dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya atau akses terhadap pembiayaan. Selanjutnya, 28 orang (34,15%) memiliki modal antara Rp 5.625.000 hingga Rp 8.749.999, yang menunjukkan bahwa sebagian penerima bantuan dapat mengakses modal yang lebih besar untuk mengembangkan usaha mereka. Sementara itu, 17 orang (20,73%) memiliki modal antara Rp 8.750.000 hingga Rp 11.874.999, dan hanya 3 orang (3,66%) yang memiliki modal di atas Rp 11.875.000 hingga Rp 15.000.000, yang menunjukkan bahwa sebagian kecil penerima bantuan memiliki modal yang lebih besar dan mungkin telah mengembangkan usaha mereka lebih jauh.

Dengan rata-rata modal sebesar Rp 6.542.683, dapat disimpulkan bahwa mayoritas penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci memulai usaha mereka dengan modal kecil hingga menengah. Modal yang lebih terbatas ini mungkin mengarah pada usaha dengan skala yang lebih kecil dan dapat membatasi kapasitas untuk berkembang. Oleh karena itu, pemberian bantuan tambahan atau pelatihan untuk pengelolaan keuangan dan akses pembiayaan akan sangat penting bagi penerima dengan modal terbatas agar mereka dapat mengoptimalkan usaha mereka. Penerima dengan modal yang lebih besar mungkin sudah berada pada titik yang lebih stabil, namun mereka tetap dapat memanfaatkan pelatihan untuk meningkatkan efisiensi dan skala usaha mereka.

5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah individu yang memiliki kemampuan untuk bekerja dan berkontribusi dalam kegiatan produksi barang atau jasa, baik secara fisik maupun intelektual. Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan tenaga kerja dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.5 Karakteristik Penerima Bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci Berdasarkan Tenaga Kerja

No	Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1	5	6,10
2	2	43	52,44
3	3	27	32,93
4	4	7	8,54
	Jumlah	82	100,00
	Rata-Rata Tenaga Kerja (Orang)	2 Orang	

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 5.5 menunjukkan karakteristik penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci berdasarkan jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam usaha

mereka. Sebagian besar penerima bantuan, yaitu 43 orang (52,44%), memiliki 2 orang tenaga kerja dalam usaha mereka, yang menunjukkan bahwa usaha yang dikelola umumnya melibatkan anggota keluarga atau pekerja tambahan dalam skala kecil. Kelompok ini mencerminkan karakteristik usaha mikro yang lebih sederhana, di mana jumlah tenaga kerja terbatas namun cukup untuk menjalankan operasi harian. Selanjutnya, 27 orang (32,93%) melibatkan 3 orang tenaga kerja, yang menunjukkan bahwa sebagian penerima bantuan sudah mulai mengembangkan usaha dengan sedikit lebih banyak tenaga kerja untuk mendukung operasi usaha mereka. Sementara itu, 7 orang (8,54%) memiliki 4 orang tenaga kerja, yang mencerminkan usaha yang sudah lebih berkembang dengan kapasitas produksi yang lebih tinggi. Terakhir, hanya 5 orang (6,10%) yang beroperasi dengan hanya 1 orang tenaga kerja, yang mungkin merupakan usaha yang sangat kecil atau dijalankan secara individu.

Dengan rata-rata tenaga kerja sebanyak 2 orang, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar usaha UMKM di Kabupaten Kerinci beroperasi dengan jumlah tenaga kerja yang relatif kecil. Hal ini mencerminkan sifat usaha mikro yang umumnya dijalankan dengan skala kecil dan pengelolaan yang lebih sederhana. Jumlah tenaga kerja yang terbatas dapat membatasi kemampuan usaha untuk berkembang lebih cepat, terutama dalam hal produksi dan distribusi. Oleh karena itu, dukungan dalam bentuk pelatihan manajerial, keterampilan teknis, serta akses ke modal tambahan akan sangat penting untuk membantu penerima bantuan mengelola dan mengembangkan tenaga kerja mereka, sehingga usaha dapat tumbuh dan menjadi lebih efisien.

5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan pedagang adalah jumlah uang yang diperoleh oleh pedagang dari hasil penjualan barang atau jasa dalam periode tertentu, dan dalam penelitian ini adalah bulanan. Dalam analisis ekonomi, pendapatan pedagang dapat dikaji untuk melihat kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat, distribusi pendapatan, serta dampaknya terhadap ketimpangan ekonomi di suatu daerah. Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5.6 Karakteristik Penerima Bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan (Rupiah)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1.500.000 – 2.249.999	25	30,49
2	2.250.000 – 2.999.999	21	25,61
3	3.000.000 – 3.749.999	24	29,27
4	3.750.000 – 4.500.000	12	14,63
	Jumlah	82	100,00
	Rata-Rata Pendapatan (Rupiah)	2.808.537	

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 5.6 menunjukkan karakteristik penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci berdasarkan pendapatan yang diperoleh dari usaha mereka. Sebagian besar penerima bantuan, yaitu 25 orang (30,49%), memiliki pendapatan antara Rp 1.500.000 hingga Rp 2.249.999, yang menunjukkan bahwa mayoritas penerima bantuan UMKM di wilayah ini menghasilkan pendapatan yang relatif rendah dari usaha mereka. Kelompok ini mencerminkan usaha mikro yang masih dalam tahap awal atau memiliki skala usaha yang kecil. Selanjutnya, 24 orang (29,27%) memiliki pendapatan antara Rp 3.000.000 hingga Rp 3.749.999, yang menunjukkan bahwa sebagian penerima bantuan sudah mencapai tingkat

pendapatan yang sedikit lebih tinggi, meskipun masih berada dalam kategori usaha kecil. Sebanyak 21 orang (25,61%) memperoleh pendapatan antara Rp 2.250.000 hingga Rp 2.999.999, yang menunjukkan kelompok penerima yang memiliki pendapatan sedang. Terakhir, 12 orang (14,63%) memperoleh pendapatan antara Rp 3.750.000 hingga Rp 4.500.000, yang menunjukkan bahwa sebagian kecil penerima bantuan UMKM sudah mencapai pendapatan yang lebih baik, mencerminkan usaha yang sedikit lebih berkembang.

Dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp 2.808.537, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci menghasilkan pendapatan yang cukup rendah, mencerminkan skala usaha yang lebih kecil dan terbatas. Pendapatan yang relatif rendah ini mungkin mencerminkan tantangan dalam mengelola usaha atau keterbatasan modal untuk ekspansi usaha. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan yang lebih lanjut, seperti pelatihan bisnis, akses ke pasar yang lebih luas, serta bantuan pembiayaan, untuk meningkatkan pendapatan para penerima bantuan. Dukungan semacam ini diharapkan dapat membantu usaha-usaha tersebut berkembang dan meningkatkan kesejahteraan para pelakunya.

5.2 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil olahan data dengan menggunakan program SPSS versi 27 maka dapat diperoleh hasil regresi linier berganda yaitu pada tabel 5.7:

Tabel 5.7 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	555911.277	247131.360		2.249	.027		
LU	38569.169	96194.770	.023	.401	.690	.893	1.120
P	49583.029	23293.281	.117	2.129	.036	.984	1.017
M	.162	.024	.540	6.815	.000	.471	2.125
TK	470030.762	93376.572	.392	5.034	.000	.488	2.050
F	65,451						
F Sig	.000						
R Square	.773						

a. Dependent Variable: PUMKM

Sumber : Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{PUMKM} = 555911,277 - 38569,169\text{LU} + 49583,029\text{P} + 0,162\text{M} + 470030,762\text{TK} + e$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1. Konstanta = 555911,277

Jika variabel lokasi usaha, pendidikan, modal dan tenaga kerja nilanya tetap atau tidak berubah, maka variabel pendapatan penerima bantuan UMKM sebesar Rp. 555.911,277.

2. Koefisien Lokasi Usaha = 38569,169

Variabel lokasi usaha tidak dapat dijelaskan koefisiennya karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM.

3. Koefisien Pendidikan = 49583,029

Jika variabel pendidikan mengalami kenaikan sebesar 1 tahun, sementara variabel bebas lainnya dianggap tetap atau tidak berubah, maka akan

meningkatkan pendapatan penerima bantuan UMKM sebesar Rp. 49.583,029.

4. Koefisien Modal = 0,162

Jika variabel modal mengalami kenaikan sebesar 1 rupiah, sementara variabel bebas lainnya dianggap tetap atau tidak berubah, maka akan meningkatkan pendapatan penerima bantuan UMKM sebesar Rp. 0,162.

5. Koefisien Tenaga kerja = 470030,762

Jika variabel tenaga kerja bertambah sebanyak 1 orang, sementara variabel bebas lainnya dianggap tetap atau tidak berubah, maka akan menyebabkan peningkatan pendapatan penerima bantuan UMKM sebesar Rp. 470.030,762.

5.2.1 Uji Statistik

5.2.1.1. Pengujian Hipotesis Secara Overall (Uji F)

Berdasarkan tabel 5.7 diperoleh nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 ini berarti variabel independen lokasi usaha, pendidikan, modal dan tenaga kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pendapatan penerima bantuan UMKM.

5.2.1.2 Pengujian hipotesis secara parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau tidak. Jika tingkat signifikansinya dibawah 5% maka secara parsial lokasi usaha, pendidikan, modal dan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

pendapatan penerima bantuan UMKM. Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

a) Variabel Lokasi usaha

Dari hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas untuk variabel lokasi usaha sebesar 0,690 dengan tingkat keyakinan ($\alpha = 5\%$) dapat dilihat bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,690 > 0,05$), artinya H_0 diterima dan H_a ditolak artinya lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pengaruh lokasi usaha terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM tidak benar dan tidak terbukti.

b) Variabel Pendidikan

Dari hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas untuk variabel pendidikan sebesar 0,036 dengan tingkat keyakinan ($\alpha = 5\%$) dapat dilihat bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 ($0,036 < 0,05$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pengaruh pendidikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM benar dan terbukti.

c) Variabel Modal

Dari hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas untuk variabel modal sebesar 0,000 dengan tingkat keyakinan ($\alpha = 5\%$) dapat dilihat bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan

UMKM. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pengaruh modal terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM benar dan terbukti.

d) Variabel Tenaga kerja

Dari hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas untuk variabel tenaga kerja sebesar 0,000 dengan tingkat keyakinan ($\alpha = 5\%$) dapat dilihat bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan pengaruh tenaga kerja terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM benar dan terbukti.

5.2.1.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (KD) digunakan untuk melihat beberapa besar variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat yang dinyatakan dalam persentase. Tabel 5.7 dapat dilihat *model summary* diketahui nilai R_{square} sebesar 0,773. Artinya sebesar 77,3 persen variasi pendapatan penerima bantuan UMKM oleh dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 22,7 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

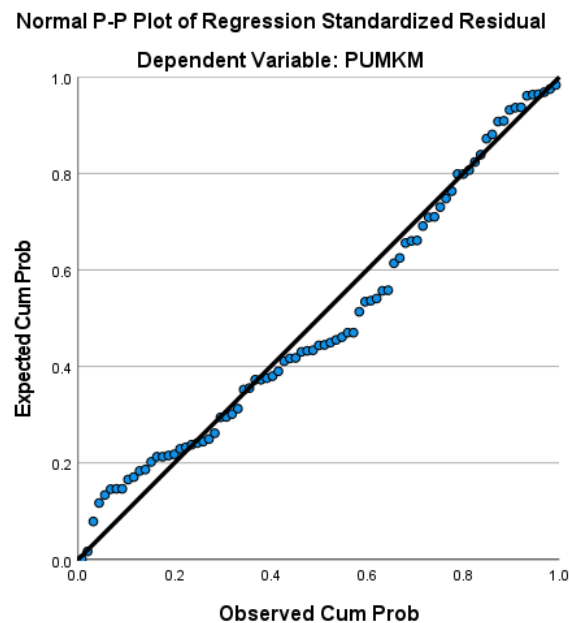
5.2.2 Pengujian Asumsi Klasik

Model yang dihasilkan sebelum digunakan untuk pengujian hipotesis, maka dilakukan pengujian dengan uji asumsi klasik untuk mendapatkan model yang “*blues*” atau “*best fit model*”.

5.2.2.1. Normalitas Data

Berdasarkan teori statistika model linier hanya residu dari variabel dependent Y yang wajib diuji normalitasnya, sedangkan variabel independen

diasumsikan bukan fungsi distribusi. Jadi tidak perlu diuji normalitasnya. Uji normalitas dapat dilihat pada grafik Normal P-Plot sebagai berikut.



Gambar 5.1 Normalitas Data

Pada grafik P-Plot terlihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal maka variabel dependen Y memenuhi asumsi normalitas.

5.2.2.2. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Faktor* (VIF). Apabila nilai tolerance $> 5\%$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut hasil perhitungan menggunakan program SPSS 27:

Tabel 5.8 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1(Constant)		
LU	.893	1.120
P	.984	1.017
M	.471	2.125
TK	.488	2.050

Sumber : Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa seluruh variabel bebas mempunyai nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

5.2.2.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi/keterkaitan antara serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu dan ruang. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala autokorelasi dalam perhitungan regresi atas penelitian ini maka digunakan Durbin-Watson Test sebesar 1,948.

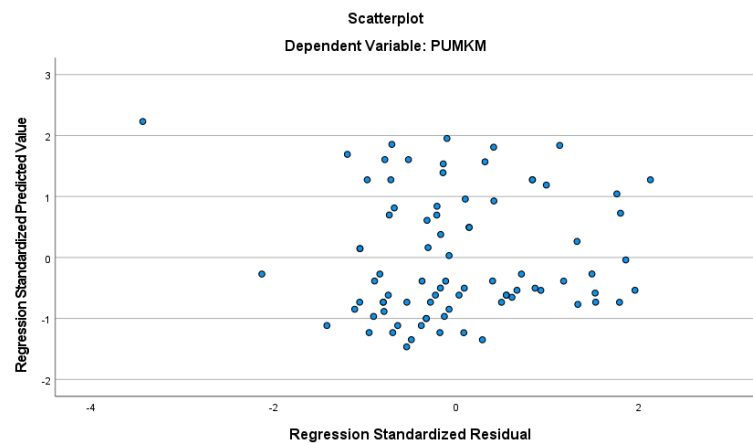
Dengan menggunakan tabel statistik d dan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) jumlah observasi 82 serta jumlah variabel bebas 4 maka diperoleh angka $dl = 1,411$ dan $du = 1,603$ sedangkan nilai untuk $4-dl = 2,589$ dan $4-du = 2,397$ dengan menggunakan uji statistik Durbin Watson dua ujung (two tailed) maka patokan yang digunakan adalah sebagai berikut :

- $d < dl$ = berarti terdapat autokorelasi positif
- $d > du$ = berarti tidak terdapat autokorelasi positif
- $(4-d) < dl$ = berarti terdapat autokorelasi negative
- $(4-d) > du$ = berarti tidak terdapat autokorelasi negative
- $du < d < (4-du)$ = berarti tidak terdapat autokorelasi
- $dl < d < du$ atau $(4-du)$ = berarti tidak dapat disimpulkan

Hasil yang diperoleh adalah nilai DW observasi terletak pada daerah $d) > du$ berarti tidak terdapat autokorelasi positif dalam penelitian ini.

5.2.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan gambar grafik nilai-nilai residu, uji Breusch-Godfrey dan Uji Park. Penelitian ini menggunakan uji Breusch-Godfrey.



Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar tinggi di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

5.2.3 Analisis Ekonomi

5.2.3.1 Pengaruh Lokasi usaha Terhadap Pendapatan penerima bantuan UMKM

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci. Hasil ini tidak sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Prihatminingtyas, (2019), Aji & Listyaningrum, (2021), Mardiana & Annisarizki, (2023) dan Hajrah et al., (2024) yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM melalui produktivitas. Tidak berpengaruhnya lokasi usaha terhadap pendapatan penerima

bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci dikarenakan karakteristik usaha yang dijalankan oleh penerima bantuan mungkin lebih dipengaruhi oleh kualitas produk, manajemen, dan strategi pemasaran daripada lokasi fisik usaha itu sendiri. Misalnya, usaha yang menawarkan produk unik atau berkualitas tinggi dapat menarik pelanggan dari berbagai lokasi, sehingga pendapatan tidak tergantung pada tempat usaha tersebut berada.

5.2.3.2 Pengaruh Pendidikan Terhadap Pendapatan penerima bantuan UMKM

Pendidikan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dikemukakan oleh Oktaviana, (2021) yang mengatakan bahwa pendidikan berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM, karena tingkat pendidikan sering kali berkorelasi dengan kemampuan manajerial, keterampilan teknis, dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha. Individu dengan pendidikan yang lebih tinggi, seperti lulusan sarjana, cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai strategi bisnis, pengelolaan keuangan, serta pemasaran produk atau layanan. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan efektif dalam menjalankan usaha mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan usaha. Sebaliknya, individu dengan tingkat pendidikan lebih rendah, seperti lulusan SMP atau SMA, mungkin menghadapi keterbatasan dalam hal kemampuan teknis dan manajerial yang dibutuhkan untuk mengelola dan mengembangkan usaha. Meskipun demikian, pelatihan dan pendampingan dapat membantu individu dengan latar belakang

pendidikan yang lebih rendah untuk meningkatkan keterampilan mereka, namun secara umum, pendidikan yang lebih tinggi memberikan keunggulan dalam hal peningkatan pendapatan usaha, karena memberikan landasan yang lebih kuat dalam pengambilan keputusan dan inovasi dalam bisnis.

5.2.3.3 Pengaruh Modal Terhadap Pendapatan penerima bantuan UMKM

Modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji & Listyaningrum, (2021) dan Sinaga et al., (2024) yang menyimpulkan bahwa Modal Usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang. Berpengaruhnya modal terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM di Kabupaten Kerinci sangat signifikan, terutama karena sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah ini bergantung pada ketersediaan modal untuk mengembangkan usaha mereka. Modal yang cukup memungkinkan penerima bantuan untuk melakukan berbagai investasi, seperti pembelian bahan baku, peralatan, dan teknologi yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi produksi. Dengan adanya modal yang memadai, pelaku UMKM dapat memperluas skala usaha, meningkatkan kualitas produk, dan memperbaiki strategi pemasaran, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan.

Selain itu, modal juga berperan dalam memberikan akses kepada penerima bantuan untuk mengikuti pelatihan dan pengembangan keterampilan, yang penting untuk meningkatkan kompetensi dan daya saing usaha. Di Kabupaten Kerinci, di mana banyak pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam hal

akses ke sumber daya dan pasar, keberadaan modal yang cukup menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan usaha. Dengan demikian, semakin besar modal yang dimiliki oleh penerima bantuan UMKM, semakin besar pula potensi pendapatan yang dapat mereka capai, sehingga menciptakan dampak positif bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Kerinci.

5.2.3.4 Pengaruh Tenaga kerja Terhadap Pendapatan penerima bantuan UMKM

Tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM. Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifqhi et al., (2025), dengan hasil bahwa Tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM. Berpengaruhnya tenaga kerja terhadap pendapatan penerima bantuan UMKM dikarenakan jumlah dan kualitas tenaga kerja menentukan produktivitas usaha. Semakin banyak tenaga kerja yang terampil dan efisien, semakin tinggi kapasitas produksi dan pelayanan, yang berdampak pada peningkatan pendapatan. Selain itu, tenaga kerja yang kompeten mampu mengadopsi inovasi dalam proses bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Bantuan UMKM juga memungkinkan pelaku usaha merekrut tenaga kerja tambahan, sehingga usaha dapat berkembang lebih cepat. Dengan adanya tenaga kerja yang cukup, beban kerja pemilik usaha berkurang, memungkinkan mereka fokus pada strategi pengembangan bisnis. Produktivitas yang meningkat juga berkontribusi pada daya saing usaha di pasar. Selain itu, tenaga kerja yang terlatih dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, sehingga menarik lebih banyak pelanggan. Dengan peningkatan omset, UMKM dapat memperluas usahanya dan meningkatkan

kesejahteraan pekerja. Oleh karena itu, peran tenaga kerja menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan penerima bantuan UMKM.

5.3 Strategi Peningkatan Pendapatan Penerima Bantuan UMKM Dilingkungan Pariwisata Kabupaten Kerinci

Strategi yang dilakukan untuk peningkatan pendapatan penerima bantuan UMKM dilingkungan pariwisata Kabupaten Kerinci diarahkan melalui analisis SWOT. Analisis SWOT yang terdiri dari 4 alternatif antara lain strategi S-O (*strength opportunities*), strategi S-T (*strength-threat*), strategi W-O (*weakness opportunities*) dan strategi WT (*weakness-threat*) yaitu suatu metode analisis yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, serta kendala-kendala yang harus dihadapi selama proses perencanaan.

Kekuatan yang ada, disamping ada kelemahan, maka mampu mengurangi kelemahan yang ada dan saat yang sama memaksimalkan kekuatan. Hal ini akan berlangsung pada tantangan dan peluang dimana pada saat tantangan dapat diperkecil, peluang yang ada justru diperbesar.

5.3.1 Analisis Kondisi Internal

1. Kekuatan (*Strengths*)

- a) Keunikan produk yang ditawarkan
- b) Potensi pasar wisatawan baik dalam maupun luar daerah yang tinggi
- c) Adanya komunitas UMKM yang bisa membantu satu sama lain
- d) Sumber daya alam yang berlimpah

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- a) Ketergantungan terhadap wisatawan

- b) Infrastruktur di lingkungan pariwisata belum maksimal
- c) Kurangnya kerjasama antara pelaku UMKM dan pemerintah daerah
- d) Keterbatasan produk inovatif

5.3.2 Analisis Kondisi Eksternal

1. Peluang (*Opportunity*)

- a) Pemanfaatan bantuan pemerintah dalam bentuk bantuan kredit usaha rakyat
- b) Penggunaan media sosial menjadi peluang untuk mempromosikan produk UMKM
- c) Adanya kolaborasi dengan industri pariwisata
- d) Adanya pengembangan tempat wisata

2. Ancaman (*Threats*)

- a) Tidak ada mitra yang membantu pengembangan UMKM
- b) Fluktuasi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli wisatawan
- c) Banyaknya jenis UMKM yang sama sehingga membuat salah satu atau beberapa UMKM lainnya sepi
- d) Persaingan dengan produk impor

Setelah melakukan analisis internal dan eksternal, maka dilakukan perhitungan bobot faktor internal dan eksternal. Dalam perhitungan ini tujuannya adalah mengetahui letak kuadran strategis pengembangan yang dianggap mendesak untuk dilakukan. Perhitungan bobot faktor internal dan eksternal tersebut dilakukan dengan cara membuat score atau tabulasi (Internal-Eksternal *Strategic Factor Analysis Summary* =IFAS atau EFAS). Berikut ini adalah

perhitungan bobot faktot internal dan eksternal yang terdapat dalam tabel analisis ini :

Tabel 5.9 Analisis Faktor Strategis Intrenal (IFAS)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Kekuatan (Strength)			
1	Keunikan produk yang ditawarkan	0,098	2	0,197
2	Potensi pasar wisatawan baik dalam maupun luar daerah yang tinggi	0,111	3	0,282
3	Adanya komunitas UMKM yang bisa membantu satu sama lain	0,114	3	0,293
4	Sumber daya alam yang berlimpah	0,136	3	0,395
	Total Skor Kekuatan (Strength)	0,459		1,167
	Kelemahan (Weakness)			
1	Ketergantungan terhadap wisatawan	0,138	3	0,397
2	Infrastruktur di lingkungan pariwisata belum maksimal	0,137	3	0,412
3	Kurangnya kerjasama antara pelaku UMKM dan pemerintah daerah	0,132	3	0,380
4	Keterbatasan produk inovatif	0,134	3	0,387
	Total Skor Kelemahan (Weakness)	1,000		1,576
	Total Peluang – Total Ancaman	1,459		-0,409

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil Analisis Faktor Strategis Internal (IFAS), total skor kekuatan yang dimiliki adalah sebesar 1,167, sedangkan total skor kelemahan lebih besar, yaitu 1,576. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kelemahan dalam sektor pariwisata dan UMKM lebih dominan dibandingkan kekuatannya. Keunikan produk yang ditawarkan memiliki bobot 0,098 dengan rating 2, sehingga menghasilkan skor sebesar 0,197. Potensi pasar wisatawan baik dari dalam maupun luar daerah juga menjadi kekuatan yang signifikan dengan skor 0,282. Selain itu, keberadaan komunitas UMKM yang dapat membantu satu sama lain mendapatkan skor 0,293, dan sumber daya alam yang melimpah menjadi faktor kekuatan terbesar dengan skor 0,395. Meskipun demikian, secara

keseluruhan, faktor kekuatan belum cukup untuk mengimbangi kelemahan yang ada.

Pada sisi kelemahan, ketergantungan terhadap wisatawan memiliki bobot tertinggi, yaitu 0,138, dengan skor 0,397. Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM dan pariwisata sangat dipengaruhi oleh jumlah kunjungan wisatawan. Infrastruktur di lingkungan pariwisata yang belum maksimal juga menjadi kelemahan dengan skor 0,412, yang merupakan skor tertinggi di antara faktor kelemahan lainnya. Kurangnya kerjasama antara pelaku UMKM dan pemerintah daerah menghasilkan skor 0,380, sedangkan keterbatasan produk inovatif mendapatkan skor 0,387. Jika dibandingkan dengan total skor kekuatan, yaitu 1,167, maka terdapat selisih sebesar -0,409 dari total skor kelemahan. Selisih negatif ini mengindikasikan bahwa sektor pariwisata dan UMKM masih menghadapi banyak kendala yang perlu segera ditangani agar dapat berkembang secara optimal.

Dari hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa langkah strategis perlu difokuskan pada penguatan faktor kekuatan serta mengatasi kelemahan yang ada. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan inovasi produk UMKM agar lebih bervariasi dan menarik bagi wisatawan. Selain itu, pengembangan infrastruktur pariwisata harus menjadi prioritas agar daya tarik wisatawan semakin meningkat. Pemerintah daerah juga perlu lebih aktif dalam membangun sinergi dengan pelaku UMKM melalui berbagai program dukungan dan pelatihan. Dengan demikian, diharapkan faktor kelemahan dapat diminimalkan, dan sektor pariwisata serta UMKM dapat berkembang lebih baik.

Dengan selisih negatif sebesar -0,409, upaya yang sistematis dan terencana sangat dibutuhkan agar ketimpangan antara kekuatan dan kelemahan dapat dikurangi, sehingga sektor ini mampu berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah.

Tabel 5.10 Analisis Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Peluang (Opportunity)			
1	Pemanfaatan bantuan pemerintah dalam bentuk bantuan kredit usaha rakyat	0,112	2	0,257
2	Penggunaan media sosial menjadi peluang untuk mempromosikan produk UMKM	0,111	3	0,334
3	Adanya kolaborasi dengan industri pariwisata	0,114	3	0,291
4	Adanya pengembangan tempat wisata	0,136	2	0,292
	Total Skor Peluang (Opportunity)	0,473		1,174
	Ancaman (Threats)			
1	Tidak ada mitra yang membantu pengembangan UMKM	0,122	3	0,309
2	Fluktuasi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli wisatawan	0,138	3	0,391
3	Banyaknya jenis UMKM yang sama sehingga membuat salah satu atau beberapa UMKM lainnya sepi	0,138	3	0,378
4	Persaingan dengan produk impor	0,134	3	0,358
	Total Skor Ancaman (Threats)	0,532		1,435
	Total Kekuatan – Total Kelemahan	1,005		-0,261

Sumber : Data diolah, 2025

Analisis Faktor Strategis Eksternal (EFAS) menunjukkan bahwa peluang yang tersedia bagi UMKM cukup beragam, terutama dalam aspek dukungan pemerintah dan pemanfaatan teknologi digital. Bantuan pemerintah dalam bentuk kredit usaha rakyat memiliki bobot 0,112 dengan rating 2, menghasilkan skor 0,257. Ini menunjukkan bahwa meskipun bantuan tersebut ada, efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing UMKM masih rendah. Pemanfaatan media sosial memiliki bobot 0,111 dengan rating 3, yang menunjukkan bahwa strategi digital cukup membantu dalam promosi produk UMKM. Selain itu, kolaborasi dengan industri pariwisata serta pengembangan tempat wisata juga memberikan peluang

besar, masing-masing dengan skor 0,291 dan 0,292. Secara keseluruhan, total skor peluang mencapai 1,174, yang menunjukkan bahwa faktor eksternal ini memiliki potensi yang cukup baik untuk mendorong pertumbuhan UMKM, meskipun belum optimal.

Di sisi lain, ancaman yang dihadapi UMKM juga cukup signifikan, dengan total skor ancaman sebesar 1,435. Salah satu ancaman utama adalah kurangnya mitra dalam pengembangan UMKM, yang memiliki bobot 0,122 dengan rating 3 dan skor 0,309. Fluktuasi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli wisatawan juga menjadi tantangan dengan skor 0,391. Selain itu, persaingan antar-UMKM dengan produk yang serupa menjadi hambatan tersendiri, memiliki bobot 0,138 dengan rating 3 dan skor 0,378. Tidak kalah penting, persaingan dengan produk impor memberikan tekanan tambahan bagi UMKM lokal, dengan skor 0,358. Ancaman ini menunjukkan bahwa meskipun ada peluang untuk berkembang, UMKM masih menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya saing dan kelangsungan usaha mereka.

Perhitungan selisih antara total skor peluang dan total skor ancaman menunjukkan angka negatif, yaitu -0,261 ($1,174 - 1,435$). Ini mengindikasikan bahwa ancaman yang dihadapi UMKM lebih dominan dibandingkan dengan peluang yang tersedia. Artinya, jika tidak ada strategi yang tepat dalam mengatasi ancaman, UMKM berisiko mengalami stagnasi atau bahkan penurunan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang lebih intensif, baik dari pemerintah, pelaku UMKM, maupun mitra strategis lainnya, untuk mengurangi dampak ancaman dan meningkatkan efektivitas peluang yang ada. Langkah-

langkah yang dapat dilakukan mencakup peningkatan akses ke mitra bisnis, penguatan strategi pemasaran digital, serta perlindungan terhadap produk lokal melalui kebijakan yang mendukung UMKM agar lebih kompetitif di pasar domestik maupun internasional.

5.3.3 Matriks SWOT

Dengan tersusunnya hasil evaluasi faktor internal (IFAS) dan hasil evaluasi faktor eksternal (EFAS), maka dibuatlah rumusan matriks SWOT untuk menentukan strategi yang tepat. Adapun rumusan matriks SWOT berdasarkan hasil evaluasi faktor internal dan eksternal, yaitu :

Tabel 5.11 Rumusan Matriks SWOT

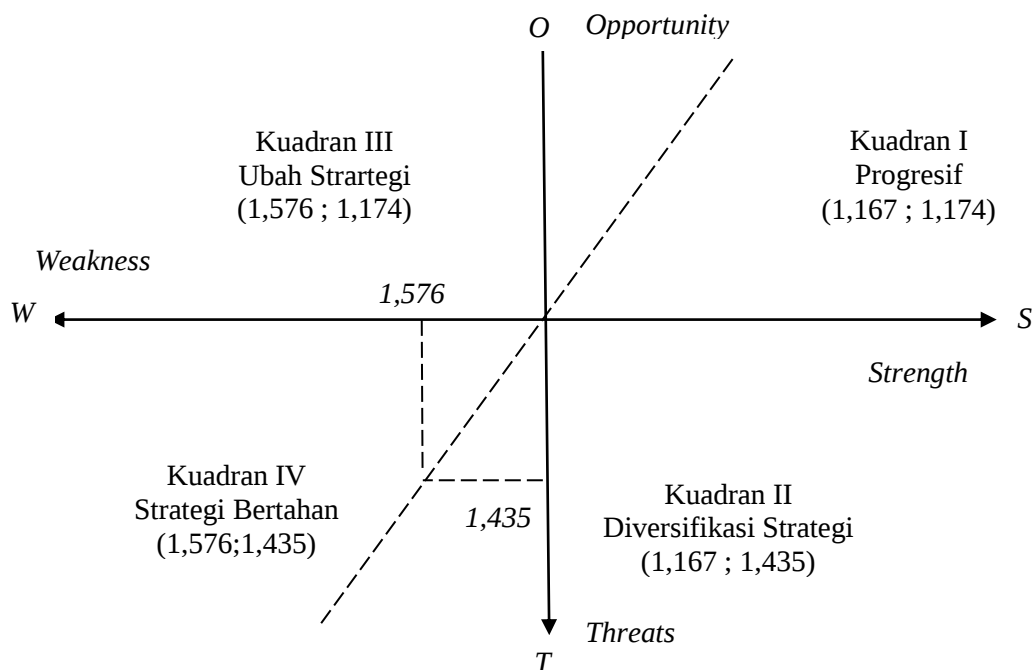
IFAS EFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	Peluang (O)	Ancaman (T)
	Strategi SO $SO = 1,167 + 1,174$ $SO = 2,341$	Strategi WO $WO = 1,576 + 1,174$ $WO = 2,750$
	Strategi ST $ST = 1,167 + 1,435$ $ST = 2,602$	Strategi WT $WT = 1,576 + 1,435$ $WT = 3,011$

Sumber : Data Diolah, 2023,

Dari perhitungan matriks SWOT diatas, maka diperoleh nilai tertinggi adalah WT sebesar 3,011. Dengan demikian nilai yang tertinggi merupakan strategi yang cocok dalam strategi yang dilakukan untuk peningkatan pendapatan

penerima bantuan UMKM dilingkungan pariwisata Kabupaten Kerinci. Dimana strategi WT yaitu strategi yang dirancang untuk meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan menghindari ancaman (Threats) .

Adapun dalam model analisis SWOT secara kuadran, dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 5.3 Model Kuadran Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan kuadran IV yakni pada posisi rekomendasi strategi bertahan yang artinya penerima bantuan UMKM di lingkungan pariwisata Kabupaten Kerinci menghadapi ancaman eksternal yang cukup besar, sementara kekuatan internal mereka relatif lemah. Dalam situasi ini, strategi yang tepat adalah strategi bertahan (defensive strategy), yang berfokus pada langkah-langkah untuk mempertahankan kelangsungan usaha dan meningkatkan daya saing secara bertahap. Maka yang perlu dilakukan adalah mengurangi ketergantungan pada wisatawan dengan menjual produk ke luar daerah melalui marketplace dan

reseller, mendorong kolaborasi dengan pemerintah untuk memperbaiki fasilitas umum yang mendukung sektor UMKM, membentuk forum komunikasi rutin antara umkm dan pemerintah untuk meningkatkan dukungan kebijakan dan mengadakan pelatihan inovasi produk untuk menciptakan barang yang lebih kreatif dan memiliki daya saing tinggi. Hasil analisis matriks SWOT pada UMKM dapat dilihat pada tabel 5.12

Tabel 5.12 Matriks SWOT

I N T E R N A L	EXTERNAL		
	<i>Identification of factors</i>	<i>Opportunities (O)</i>	<i>Threats (T)</i>
		1 Pemanfaatan bantuan pemerintah dalam bentuk bantuan kredit usaha rakyat 2 Penggunaan media sosial menjadi peluang untuk mempromosikan produk UMKM 3 Adanya kolaborasi dengan industri pariwisata 4 Adanya pengembangan tempat wisata	1 Tidak ada mitra yang membantu pengembangan UMKM 2 Fluktuasi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli wisatawan 3 Banyaknya jenis UMKM yang sama sehingga membuat salah satu atau beberapa UMKM lainnya sepi 4 Persaingan dengan produk impor
	<i>Strength (S)</i>	<i>S vs O</i>	<i>S vs T</i>
	1 Keunikan produk yang ditawarkan 2 Potensi pasat wisatawan baik dalam maupun luar daerah yang tinggi 3 Adanya komunitas UMKM yang bisa membantu satu sama lain 4 Sumber daya alam yang berlimpah	1 Optimalisasi Media Sosial untuk Branding 2 Memanfaatkan Bantuan Pemerintah untuk Pengembangan Usaha 3 Memanfaatkan Komunitas UMKM untuk Kolaborasi dengan Industri Pariwisata 4 Mengembangkan Produk Berbasis Sumber Daya Alam Lokal	1 Diferensiasi Produk 2 Peningkatan Promosi dengan Komunitas UMKM 3 Maksimalkan Daya Tarik Wisata Lokal 4 Membangun Kemitraan dengan Pelaku Pariwisata
	<i>Weakness (W)</i>	<i>W vs O</i>	<i>W vs T</i>
	1 Ketergantungan terhadap wisatawan 2 Infrastruktur di lingkungan pariwisata belum maksimal 3 Kurangnya kerjasama antara pelaku UMKM dan pemerintah daerah 4 Keterbatasan produk inovatif	1 Pelatihan Digital Marketing bagi UMKM 2 Meningkatkan Kolaborasi dengan Pariwisata 3 Pemanfaatan Bantuan Pemerintah untuk Peningkatan Infrastruktur 4 Mendorong Kreativitas dalam Pengembangan Produk	1 Diversifikasi Pasar 2 Peningkatan Infrastruktur Pariwisata 3 Penguatan Kolaborasi antara UMKM dan Pemerintah Daerah 4 Mendorong Inovasi Produk

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, diperoleh 16 alternatif strategi yang dihasilkan dari strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T.

1. Strategi S-O

Strategi S-O atau strategi kekuatan-peluang merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Berdasarkan kekuatan yang dimiliki petani pangan dan kemampuan untuk meraih peluang dapat dirumuskan strategi sebagai berikut :

1. Optimalisasi Media Sosial untuk Branding: Memanfaatkan kekuatan keunikan produk dan daya tarik wisatawan untuk memperluas jangkauan pemasaran digital.
2. Memanfaatkan Bantuan Pemerintah untuk Pengembangan Usaha: Menggunakan bantuan Kredit Usaha Rakyat (KUR) untuk meningkatkan produksi dan inovasi produk.
3. Memanfaatkan Komunitas UMKM untuk Kolaborasi dengan Industri Pariwisata: Menyediakan produk-produk UMKM sebagai bagian dari paket wisata yang ditawarkan oleh agen perjalanan.
4. Mengembangkan Produk Berbasis Sumber Daya Alam Lokal: Memanfaatkan sumber daya alam yang melimpah untuk menciptakan produk khas yang menarik bagi wisatawan.

2. Strategi S-T

Strategi S-T atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal yang dihadapi petani pangan. Strategi S-T yang dapat direkomendasikan adalah:

1. Diferensiasi Produk: Mengembangkan produk khas yang unik dan sulit ditiru untuk mengatasi persaingan dengan produk impor.
2. Peningkatan Promosi dengan Komunitas UMKM: Membangun jaringan pemasaran antar-UMKM agar saling mendukung dalam menghadapi fluktuasi ekonomi.
3. Maksimalkan Daya Tarik Wisata Lokal: Memanfaatkan sumber daya alam yang berlimpah untuk menciptakan produk berbasis eco-tourism atau suvenir khas daerah.
4. Membangun Kemitraan dengan Pelaku Pariwisata: Menjalinkan kerja sama dengan hotel, restoran, dan agen perjalanan untuk menjual produk UMKM sebagai bagian dari paket wisata

3. Strategi W-O

Strategi W-O atau strategi kelemahan-peluang merupakan strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Alternatif strategi yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan Digital Marketing bagi UMKM: Meningkatkan keterampilan pemasaran online bagi pelaku UMKM agar lebih efektif dalam memanfaatkan media sosial.
2. Meningkatkan Kolaborasi dengan Pariwisata: Menghubungkan UMKM dengan pengelola destinasi wisata untuk menyediakan produk sebagai suvenir resmi.
3. Pemanfaatan Bantuan Pemerintah untuk Peningkatan Infrastruktur: Mengajukan program pembangunan infrastruktur yang lebih baik guna mendukung pertumbuhan UMKM di sektor pariwisata.

4. Mendorong Kreativitas dalam Pengembangan Produk: Memberikan pendampingan kepada UMKM untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan memiliki nilai tambah.

4. Strategi W-T

Strategi W-T atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Dari kelemahan dan ancaman yang dihadapi petani pangan dapat dirumuskan alternatif strategi sebagai berikut :

1. Diversifikasi Pasar: Mengurangi ketergantungan pada wisatawan dengan menjual produk ke luar daerah melalui marketplace dan reseller.
2. Peningkatan Infrastruktur Pariwisata: Mendorong kolaborasi dengan pemerintah untuk memperbaiki fasilitas umum yang mendukung sektor UMKM.
3. Penguatan Kolaborasi antara UMKM dan Pemerintah Daerah: Membentuk forum komunikasi rutin antara UMKM dan pemerintah untuk meningkatkan dukungan kebijakan.
4. Mendorong Inovasi Produk: Mengadakan pelatihan inovasi produk untuk menciptakan barang yang lebih kreatif dan memiliki daya saing tinggi.

5.4 Implikasi Kebijakan

Hasil analisis SWOT terhadap UMKM di lingkungan pariwisata Kabupaten Kerinci memiliki beberapa implikasi penting dalam pengembangan kebijakan, strategi bisnis, dan keberlanjutan UMKM. Implikasi tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Implikasi bagi Pemerintah Daerah

a) Peningkatan Infrastruktur Pariwisata

Pemerintah daerah perlu meningkatkan infrastruktur di kawasan wisata, seperti akses jalan, fasilitas umum, dan area perdagangan, guna mendukung keberlanjutan UMKM yang masih bergantung pada wisatawan.

b) Dukungan Kebijakan dan Pendanaan

Diperlukan kebijakan yang lebih konkret dalam memberikan pendampingan, subsidi, dan kemudahan akses permodalan bagi UMKM melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau dana hibah.

c) Fasilitasi Kolaborasi dengan Sektor Pariwisata

Pemerintah dapat menjembatani kerja sama antara UMKM dan industri pariwisata (hotel, restoran, agen perjalanan) untuk meningkatkan pemasaran dan distribusi produk lokal.

2. Implikasi bagi Pelaku UMKM

a) Penguatan Kapasitas dan Keterampilan

Pelaku UMKM perlu meningkatkan keterampilan digital marketing dan inovasi produk untuk bersaing dengan produk impor dan mengatasi keterbatasan inovasi.

b) Diversifikasi Pasar dan Produk

Mengurangi ketergantungan terhadap wisatawan dengan memperluas pasar melalui penjualan online dan e-commerce serta mengembangkan produk yang lebih bervariasi sesuai tren pasar.

c) Pemberdayaan Komunitas UMKM

Memanfaatkan jaringan komunitas UMKM untuk berbagi pengalaman, meningkatkan kolaborasi, dan menciptakan strategi bersama dalam menghadapi tantangan eksternal.

3. Implikasi bagi Industri Pariwisata

a) Sinergi dengan UMKM Lokal

Pihak industri pariwisata dapat bekerja sama dengan UMKM dalam menyediakan suvenir khas, produk kuliner lokal, dan layanan berbasis wisata agar wisatawan mendapatkan pengalaman yang lebih otentik.

b) Peningkatan Daya Tarik Wisata Berbasis Produk Lokal

Wisata berbasis budaya dan produk lokal dapat menjadi daya tarik baru, misalnya melalui festival kuliner, workshop pembuatan kerajinan tangan, atau paket wisata berbasis UMKM.

4. Implikasi bagi Akademisi dan Peneliti

a) Pengembangan Model Bisnis Berbasis Pariwisata

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengembangkan model bisnis yang lebih berkelanjutan bagi UMKM dalam lingkungan pariwisata.

b) Evaluasi Kebijakan dan Dampaknya terhadap UMKM

Diperlukan penelitian yang mengevaluasi efektivitas bantuan pemerintah serta strategi UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan pasar.

c) Studi tentang Transformasi Digital UMKM

Penelitian terkait adopsi teknologi dan strategi digitalisasi dapat menjadi referensi bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka.

Dengan adanya implikasi ini, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di sektor pariwisata Kabupaten Kerinci.