

STRATEGI BERSAING BISNIS ETNIS WARGA TIONGHOA PADA MASA PANDEMI DI SELAT PANJANG MERANTI

Ermansyah¹⁾, Mulia Sosiady²⁾, Annesa Adriyani³⁾, Nasrullah Djamil⁴⁾

¹Program Studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
email: ermansyah@uin-suska.ac.id

²Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
email: mulia_sosiady@yahoo.com

³Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda
email: annesa.adriyani@gmail.com

⁴Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
email: nasrullah.djamil@uin-suska.ac.id

Abstrak

Badai Pandemi Covid-19 yang menyerang dunia dan berimbas ke Indonesia membuat dunia usaha hancur lebur begitu juga Kota Selatpanjang yang berada di Kepulauan Meranti Riau yang harus diakses melalui perjalanan laut dan membuat kota tersebut terisolasi karena pelabuhan menuju ke Kota Selatpanjang ditutup oleh Pemerintah berdampak ke dunia usaha terutama Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Selatpanjang yang di dominasi Etnis Keturunan Tionghoa yang harus bersaing dalam menjalankan bisnisnya. Pelaku UMKM di Kota Selatpanjang melakukan beberapa Strategi dalam bersaing yaitu Strategi Differensiasi, Strategi Lowcost dan Strategi Fokus. Strategi differensiasi dan strategi fokus berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya signifikansi strategi differensiasi sebesar 0,006 dan strategi fokus sebesar 0,003 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 sedangkan Strategi lowcost tidak berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya signifikansi strategi lowcost sebesar 0,872 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Saran yang dapat menjadi referensi dalam penelitian ini bahwa pelaku UMKM Etnis Keturunan Tionghoa harus menerapkan ide kreatif terhadap produk dan jasanya, mengurangi panjangnya rantau distribusi barang dan memfokuskan arah bisnis yang menciptakan loyalitas kepada konsumen.

Keywords: Strategi Bersaing, Strategi Differensiasi, Strategi Lowcost, Strategi Fokus

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang mulai menyerang dunia di akhir tahun 2019 memberikan dampak terhadap beberapa sektor tidak terkecuali pada sektor perekonomian disetiap negara yang akan berdampak terhadap tekanan ekonomi masyarakat. Pandemi Covid-19 tidak hanya berpengaruh pada sektor kesehatan, tetapi juga mempengaruhi sektor perekonomian negara-negara di dunia termasuk Indonesia, sektor perekonomian sangat terdampak dengan adanya badai pandemi Covid-19 tidak terkecuali sektor Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM). Para pelaku UMKM merasakan turunnya penjualan, kekurangan modal, dan terhambatnya distribusi di masa pandemi covid-19. Menurut Amri (2020), dari data Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor koperasi yang berdampak atas pandemi Covid-19 adalah bidang jasa dan produksi. Sementara itu, di sector UMKM yang berdampak atas pandemi Covid-19 selain dari bidang makanan dan minuman, juga adalah industri kreatif dan pertanian. Dalam Undang- Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah menyatakan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha produktif milik pereorangan dan atau badan usaha perorangan yang mempunyai kriteria sebagai usaha mikro sesuai dengan yang diatur dalam UU tersebut. Menurut Tambunan (2019), Usaha kecil juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dapat berdiri sendiri yang aktifitasnya dikelola oleh perorangan atau suatu badan usaha dari skala menengah dan usaha besar yang secara kriteria udah dapat memenuhi kriteria sebagai usaha kecil sebagaimana tercantum dalam UU tersebut. Dalam Undang-Undang tersebut, ada sebuah kriteria yang menjadi pedoman untuk menafsirkan defenisi dari UMKM yang dapat dilihat tercantum pada pasal enam yaitu nilai dari sebuah kekayaan bersih suatu badan usaha atau nilai dari sebuah asset yang didalamnya tidak termasuk tanah didalamnya dan tempat atau lokasi usaha dan penjualan pertahunnya.

Menurut Hafni dan Rozali (2015), sektor UMKM mempunyai salah satu peran yang penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini dapat dilihat pada waktu Indonesia mengalami krisis yang terjadi beberapa waktu lalu, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lebih tangguh dalam menghadapi realita, sedangkan usaha yang berskala besar mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya. Menurut Halim (2020), sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. Kegiatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang direncanakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelaku usaha perorangan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa jumlah UMKM mencapai 64.194.057 unit yang terdaftar, BPS juga merilis bahwa UMKM mempunyai kontribusi sebesar 60,03% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) dan UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari total lapangan kerja, tentunya UMKM menjadi angin segar sebagai penyerap lapangan pekerjaan di Indonesia. Tingginya kontribusi dari sektor UMKM tersebut, maka perhatian pemerintah terhadap pentingnya peran dan keberadaan para pelaku UMKM dibuktikan dengan adanya wadah UMKM dan Koperasi yang berada di bawah Kementerian Koperasi dan UMKM. Menurut Kadeni dan Srijani (2020), perhatian tinggi yang diberikan oleh pemerintah terhadap para pelaku UMKM sebagai wujud penghargaan yang mampu menopang keberadaan ekonomi rakyat kecil dan berdampak langsung terhadap tingkat kehidupan masyarakat kalangan bawah sehingga kesejahteraan masyarakat dapat terus meningkat.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno dalam acara pelantikan pengurus Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia Komisariat UIN Sultan Syarif Kasim Riau sektor pariwisata jatuh bangun di terjang badai Pandemi Covid-19 dan Pemerintah serta pelaku usaha pariwisata harus kerja keras, kerja cerdas dan kerja ikhlas dalam bersinergi untuk kembali bangkit meningkatkan kembali sektor pariwisata yang bersih, sehat dan memberi keselamatan bagi penggunanya. Dampak dari penurunan pada sektor kunjungan wisatawan dalam rangka berwisata terhadap UMKM yang bergerak di usaha makanan dan minuman menurut data yang dipublikasikan oleh P2E LIPI mencapai angka 27%, dan sektor usaha yang sangat terdampak selain makanan dan minuman yaitu kerajinan rotan dan kayu sebesar 1,8%. Begitu juga di Provinsi Riau, daerah yang terkenal dengan sektor perkebunan kepala sawitnya juga terdampak badai Covid-19 disektor Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM), menurut data yang dirilis oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Riau terdapat 273.106 unit yang terdiri dari 10.106 berbetuk Industri Kecil Menengah (IKM) dan 260.000 nya berbentuk UMKM yang tersebar di seluruh Kabupaten dan Kota di Provinsi Riau.

Provinsi Riau merupakan salah satu wilayah yang terdampak pandemi covid-19. Besarnya dampak kehadiran pandemi covid-19 di Provinsi Riau terhadap UMKM memaksa Pemerintah Provinsi Riau untuk turun tangan dalam membantu pelaku usaha yang usahanya terdampak pandemi Covid-19, Pemerintah Provinsi Riau menyalurkan bantuan kepada hampir 20.000 lebih pelaku usaha mikro kecil dan menengah dengan dana yang dianggarkan sebesar 25 Miliar. Kabupaten Kepulauan Meranti, daerah yang terkenal akan potensi Sagu yang sangat besar sebagai penggerak motor sektor pariwisata dan usaha kecil menengah, sinergis kedua sektor itu terlihat dari wisatawan yang berlibur ke Kabupaten Meranti pulangannya membawa makanan yang berbahan dari sagu.

Di ibukota Kabupaten Meranti yaitu Kota Selatpanjang banyak potensi wisata dan pantai disekitar objek wisata tersebut banyak usaha kecil masyarakat yang hadir dengan makanan berbahan dari sagu yang bisa di beli oleh wisatawan sebagai oleh-oleh tangan , tapi semenjak badai Pandemi Covid-19 melanda kunjungan wisatawan hampir sama sekali tidak ada karena aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan kegiatan Masyarakat (PKKM) yang diterapkan pemerintah, otomatis akses ke Kabupaten Meranti via jalur darat ditutup. Perlu kita ketahui bersama Potensi Sagu sangatlah besar, menurut data yang Badan Pusat Statitik Kabupaten Kepulauan Meranti luas lahan sagu hampir 38.160 Ha dan produksi sagu mencapai 199.000 ton, hal ini menunjukkan sagu menjadi komunitas andalan di Kabupaten Kepulauan Meranti yang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan berbahan sagu. Sebagian usaha pengolahan sagu di Kabupaten Kepulauan Meranti dikelola oleh warga keturunan Tionghoa dan sebagian kecil nya dikelola oleh warga melayu tempatan, atau warga asli, satu kilang produksi sagu bisa menghasilkan hampir 15.000 kg.

Tabel 1. Daftar Jumlah UMKM di Kabupaten Kepulauan Meranti

No	Kecamatan	Jumlah Usaha			Total
		Mikro	Kecil	Menengah	
1.	Tebing Tinggi	2.370	523	104	2.997
2.	Tebing Tinggi Barat	297	57	13	864
3.	Tebing Tinggi Timur	741	64	4	809
4.	Rangsang	969	94	0	1.063
5.	Rangsang Barat	838	27	0	855
6.	Rangsang Pesisir	536	50	0	586
7.	Merbau	739	71	0	810
8.	Pulau Merbau	699	12	0	711
9	Tasik Putri Ayu	1.216	237	0	1.453
Jumlah		8.892	1.135	112	10.148

Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kepulauan Meranti

Dari data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kepulauan Meranti, pelaku usaha UMKM terbanyak berada di Kecamatan Tebing Tinggi yang lebih dikenal dengan nama Kota Selatpanjang, Mayoritas pelaku usaha di Kota Selatpanjang adalah mereka yang bergerak pada usaha makanan yang diolah dengan bahan sagu dan makanan seafood dan makanan kering dari bahan sagu. Angka kunjungan wisatawan langsung bebas dan berimplikasi kepada pelaku usaha sehingga data yang kami himpun bahwa 1.200 pelaku usaha tumbang oleh pandemi Covid-19 meskipun yang baru menerima bantuan pemerintah baru 92 pelaku usaha yang sudah terdaftar di database bantuan UMKM yang di bentuk oleh pemerintah. Minimnya pelaku usaha yang mendaftar dan melaporkan usahanya ke sistem yang dibangun oleh pemerintah diakibatkan banyaknya pelaku usaha yang minim informasi dan dalam penggunaan teknologi informasi, dan banyak juga pelaku usaha yang berjuang sendiri mempertahankan usahanya dalam kondisi apa adanya dengan menjual dimedia sosial,

menjual ke rumah-rumah dengan sistem jemput bola dan tidak terfokus ke toko mereka di pasar dan jalan besar di Kota Selatpanjang yang mayoritas adalah pelaku usaha dari warga keturunan Tionghoa. Menurut Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Kepulauan Meranti, Dikecamatan Tebing Tinggi atau yang lebih populer dengan nama Kota Selatpanjang pelaku usaha didominasi oleh warga keturunan Tionghoa, dari data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Kepulauan Meranti, dari jumlah 248.000 penduduk kota Selatpanjang 74.400 adalah penduduk dari keturunan Tionghoa atau 30% dari jumlah penduduk kota Selatpanjang.

Menurut Syarifatul, dkk (2018), kedatangan warga dari keturunan Tionghoa ke Kota Selatpanjang ada beberapa alasan yaitu faktor ekonomi, warga keturunan tionghoa merupakan warga yang melakukan aktifitas perekonomiannya dengan berdagang, salah satu wilayah di pesisir yang cocok salah satunya adalah Kota Selatpanjang. Kemudian ada juga berasumsi bahwa faktor sosial yaitu tekanan dan diskriminasi ketika terjadinya pergantian kekuasaan di Tiongkok China, mayoritas warga keturunan yang berada di kota selatpanjang berasal dari kota Fujian yang awalnya mencari suaka ke Thailand dan Sebagian ke negara Singapura, mereka merantau dari negara Tionghoa yang berada di kota Selatpanjang pasca menetap setelah hijrah dari negara asalnya rata rata bekerja sebagai buruh serabutan, membuka lading dan sebagian menjadi nelayan dalam bertahan hidup, sisa dari kegiatan mereka seperti membuka lading dan nelayan dijual ke singapura. Adapun pelaku usaha yang didominasi oleh warga keturunan tionghoa pada jenis-jenis usaha yang beraneka ragam, dari kuliner, toko harian, serta jual beli ponsel dan bahkan usaha ternak sarang burung walet, pelaku usaha warga keturunan tionghoa ini mendominasi dari mulai memasuki Pelabuhan Tanjung Harapan sampai ke kota Selatpanjang, sarana tempau usaha berjejer rapi di jalanan kota Selatpanjang baik toko biasa sampai rumah toko atau ruko yang juga menjadi tempat tinggal. berbeda dengan pasar tradisional yang lebih didominasi oleh warga asli kota Selatpanjang yaitu warga melayu. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah strategi differensiasi, *lowcost* dan fokus berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap strategi bersaing Usaha Kecil Mikro Menengah (UMKM) warga etnis tionghoa pada masa pandemi Covid-19 di Kota Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data berdasarkan instrumen penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Objek penelitian dilaksanakan di Kabupaten Kepulauan Meranti tepatnya di Kota Selatpanjang. Jenis dan data yang digunakan adalah data primer yaitu sebuah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari kegiatan wawancara dan kuesioner pelaku usaha warga keturunan Tionghoa yang berada di Kota Selatpanjang serta data sekunder yaitu sebuah data yang diperoleh dari sumber yang terpercaya dan data sudah dalam bentuk sajian lengkap yang diperoleh dari instansi terkait di Kota Selatpanjang. Adapun populasi yang digunakan adalah pelaku usaha warga keturunan tionghoa dan pimpinan instansi terkait yaitu Dinas Perdagangan, Koperasi UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti dengan sampel sebanyak 30 orang yang di ambil dari seluruh populasi yang ada. Metode yang digunakan adalah dengan pendekatan wawancara dan angket/ kuesioner yang disebar kepada pelaku usaha UMKM di Kota Selatpanjang, sedangkan wawancara dilakukan kepada pimpinan terkait Dinas Perdagangan Koperasi dan UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*). Menurut Sugiyono (2013:269) analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yaitu proses transformasi data penelitian berbentuk tabulasi, sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Statistik deskriptif ini terdiri dari rata-rata, standar deviasi, maximum dan minimum (Ghozali, 2016:19). Dalam analisis regresi linear berganda ini selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih juga menunjukkan arah hubungan variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan alpha (tingkat kesalahan) 5%, sehingga tingkat keyakinan 95%.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan uji signifikansi parsial (uji-t), uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi. Uji-t dilihat apabila t_{hitung} diperoleh berdasarkan *coefisient* t dalam uji-t. t_{tabel} pada derajat kebebasan (dk) = n-k-1. *Pertama*, bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima. Dan bila nilai signifikansi (P_{value}) < 0,05 maka pengaruh secara signifikan. *Kedua*, bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis tidak dapat diterima. Dan bila nilai signifikansi (P_{value}) > 0,05 maka pengaruh tidak secara signifikan.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model regresi memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (dependen) ada atau tidak. Apabila F hitung < nilai statistik F tabel atau signifikan > 0,05 maka H0 diterima, sedangkan sebaliknya Ha ditolak. Itu artinya semua variabel bebas (independen) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Apabila F hitung > nilai statistik F tabel atau signifikan < 0,05 maka H0 ditolak, sedangkan sebaliknya Ha diterima. Itu artinya semua variabel bebas (independen) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

Uji koefisien determinasi (R^2) dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan suatu gambaran atau deskripsi tentang data, seperti nilai rata-rata, standar deviasi, maximum dan minimum (Ghozali, 2016:9). Statistik deskriptif dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Statistik Deskriptif Pelaku Usaha UMKM Kota Selatpanjang

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Differensiasi	30	15	25	18.77	3.070
Lowcost	30	7	25	17.40	5.321
Fokus	30	15	23	17.93	2.434
Strategi Bersaing	30	15	25	19.13	3.093
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Data olahan primer

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 2 dapat dilihat bahwa dari 30 (tiga puluh) sampel yang disertakan, diperoleh differensiasi yang merupakan variabel independen (X1) mempunyai nilai rata-rata sebesar 18,77 dengan standar deviasi (SD) sebesar 3,070. Artinya besarnya penyimpangan data dari differensiasi sebesar 3,070. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih kecil daripada rata-rata differensiasi, kondisi ini menunjukkan adanya fluktuasi strategi differensiasi, sedangkan angka maksimum sebesar 25 dan angka minimum sebesar 15. Variabel *lowcost* merupakan variabel independen (X2) mempunyai nilai rata-rata sebesar 17,40 dengan standar deviasi (SD) sebesar 5,321. Artinya besarnya penyimpangan data dari *lowcost* sebesar 5,321. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih kecil daripada rata-rata *lowcost*, kondisi ini menunjukkan adanya fluktuasi strategi *lowcost*, sedangkan angka maksimum sebesar 25 dan angka minimum sebesar 7.

Variabel fokus merupakan variabel independen (X3) mempunyai nilai rata-rata sebesar 17,93 dengan standar deviasi (SD) sebesar 2,434. Artinya besarnya penyimpangan data dari fokus sebesar 2,434. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih kecil daripada rata-rata fokus, kondisi ini menunjukkan adanya fluktuasi strategi fokus, sedangkan angka maksimum sebesar 23 dan angka minimum sebesar 15. Variabel strategi bersaing UMKM yang merupakan variabel dependen (Y) mempunyai nilai rata-rata sebesar 19,13 dengan standar deviasi (SD) sebesar 3,093. Artinya besarnya penyimpangan data dari strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota selatpanjang sebesar 3,093. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai SD lebih kecil daripada rata-rata strategi bersaing UMKM, kondisi ini menunjukkan adanya fluktuasi strategi bersaing pelaku UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang, dari angka maksimum sebesar 25 dan angka minimum sebesar 15, maka dapat disimpulkan range positif besar atau banyak warga etnis keturunan tionghoa kota pekanbaru menerima strategi bersaing UMKM dilihat dari aspek strategi differensiasi, strategi *lowcost*, dan strategi fokus. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dari mean menunjukkan bahwa data menunjukkan penyimpangan yang rendah sehingga mengindikasikan data yang terdistribusi normal.

2. Pengujian Regresi Linier Berganda

Untuk penyusunan persamaan regresi dapat menggunakan nilai-nilai dari kolom B yaitu kolom *Unstandardized Coefficients* dari perhitungan *Coefficients Regresi*. Untuk pelaku UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang, dari kolom B didapat harga *constant* sebesar 0,502, hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang memiliki strategi bersaing UMKM sebesar 0,502 meskipun variabel independennya (bebas) nol. Untuk nilai koefisien variabel differensiasi sebesar 0,438, *lowcost* sebesar -0,012 dan fokus sebesar 0,592. Hasil *Coefficients Regresi* pelaku usaha UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Pekanbaru secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 3 halaman berikut ini:

Tabel 3. Coeficient Regresi Pelaku Usaha UMKM

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.502	3.067		.164	.871
	Differensiasi	.438	.145	.435	3.009	.006
	<i>Lowcost</i>	-.012	.074	-.021	-.162	.872
	Fokus	.592	.183	.466	3.233	.003

a. Dependent Variable: Strategi Bersaing

Sumber: Data olahan primer

Dari nilai-nilai koefisien di atas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,502 + 0,438X_1 - 0,012X_2 + 0,592X_3 + e$$

3. Uji Parsial (Uji-t)

Dengan menggunakan derajat keyakinan 95% atau taraf keyakinan 5% serta dk (derajat kebebasan) $(n-k-1)$ sebesar $(30-3-1 = 26)$, maka nilai t tabel sebesar 2,055 dan dibandingkan dengan t hitung. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa:

- a. Hasil pengujian hipotesis pertama (H_1) yang menyebutkan bahwa differensiasi berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel differensiasi (X_1) adalah 0,438 dan nilai t_{hitung} 3,009. Nilai koefisien differensiasi positif, ini menunjukkan bahwa differensiasi mempunyai hubungan yang searah dengan strategi bersaing UMKM. Hal ini mengandung arti bahwa semakin meningkat differensiasi UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang semakin meningkat pula strategi bersaing UMKM nya. Hasil ini diperkuat dengan perhitungan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} 3,009 > t_{tabel} 2,055 sehingga perubahan atau variasi variabel differensiasi akan diikuti oleh variasi variabel strategi bersaing UMKM. Koefisien differensiasi ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan p value sebesar 0,006. Berdasarkan hasil pengujian H_1 ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel differensiasi berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang atau dengan kata lain H_1 diterima. Strategi Differensiasi sangat berpengaruh pada UMKM di Kota Selatpanjang karena pola persaingan setiap usaha yang sama sangatlah tinggi, sehingga UMKM harus memiliki keunikan tersendiri pada usaha mereka sehingga menciptakan *mindset* konsumen bahwa toko tersebut lebih terkenal di bandingkan toko lain. Konsumen lebih mudah mengingat toko yang terdifferensiasi dibandingkan toko yang terlalu standar dalam dunia bisnis. Konsumen cenderung akan mencari toko yang dianggap mereka menarik dan unik meskipun sebenarnya produk yang dicari ada pada toko lainnya.
- b. Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) yang menyebutkan bahwa *lowcost* berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel *lowcost* (X_2) adalah -0,012 dan nilai t_{hitung} -0,162. Nilai koefisien *lowcost* negatif, ini menunjukkan bahwa *lowcost* mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan strategi bersaing UMKM. Hal ini mengandung arti bahwa semakin menurun *lowcost* dalam usaha UMKM semakin menurun pula strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Hasil ini diperkuat dengan perhitungan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} -0,162 < t_{tabel} 2,055 sehingga perubahan atau variasi variabel *lowcost* tidak akan diikuti oleh variasi variabel strategi bersaing UMKM. Koefisien *lowcost* ini tidak signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan p value sebesar 0,872. Berdasarkan hasil pengujian H_2 ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel *lowcost* tidak berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM pada taraf signifikansi 5% atau dengan kata lain H_2 ditolak. Variabel *lowcost* pada UMKM di Kota Selatpanjang tidak berpengaruh karena strategi menurunkan harga dianggap pelaku usaha disana menambah kerugian, berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan bahwa pemilik UMKM merasa rugi jika mereka menurunkan harga barang karena akan rugi dua kali di era Covid-19 ini mereka menganggap bahwa konsumen sudah berkurang harga diturunkan mereka anggap itu suatu kerugian, strategi

mereka yaitu mengantar barang dagangan ke rumah konsumen tanpa mengurangi harga jual.

- c. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H_3) yang menyebutkan bahwa fokus berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel fokus (X_3) adalah 0,592 dan nilai t_{hitung} 3,233. Nilai koefisien fokus positif, ini menunjukkan bahwa fokus mempunyai hubungan yang searah dengan strategi bersaing UMKM. Hal ini mengandung arti bahwa semakin meningkat fokus UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang semakin meningkat pula strategi bersaing UMKM. Hasil ini diperkuat dengan perhitungan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Nilai t_{hitung} 3,233 > t_{tabel} 2,055 sehingga perubahan atau variasi variabel fokus akan diikuti oleh variasi variabel strategi bersaing UMKM. Koefisien fokus ini signifikan pada tingkat signifikansi 0,05 dengan p value sebesar 0,003. Berdasarkan hasil pengujian H_3 ini dapat diinterpretasikan bahwa variabel fokus berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang atau dengan kata lain H_3 diterima. UMKM di Kota selatpanjang yang kami jumpai terkonsentrasi mempunyai usaha tunggal, seperti penjual Telur, Rokok, Bahan Pokok, Ikan Asin dan Telor ayam, menurut pemilik usaha konsumen sudah tau sendiri kalau toko tersebut menjual kebutuhannya sehingga tidak perlu lagi cari kemana-mana apalagi era Covid-19 yang sangat riskan untuk mencari kebutuhan pokok. Tapi ada yang sangat menarik ketika peneliti melakukan penelusuran bahwa pelaku usaha disana menambahkan produk substitusi di toko mereka, alasan pelaku usaha yaitu ketika konsumen berbelanja mana tau tertarik dengan produk yang lain.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik untuk signifikansi 0,05 dengan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Dimana $k =$ jumlah variabel (bebas) dan $n =$ jumlah observasi/sampel pembentuk regresi. Jadi, $df_1 = (3-1) = 2$ dan $df_2 = (30-3) = 27$. Hasil diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 3,354. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa:

Tabel 4. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.977	3	55.992	13.296	.000 ^b
	Residual	109.490	26	4.211		
	Total	277.467	29			
a. Dependent Variable: Strategi Bersaing						
b. Predictors: (Constant), Fokus, Lowcost, Differensiasi						

Sumber: Data olahan primer

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat (H_4) yang menyebutkan bahwa differensiasi, *lowcost*, dan fokus berpengaruh secara bersama-sama terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang pada tabel 3, didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 13,296 nilai tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,354 atau F_{hitung} 13,296 > F_{tabel} 3,354 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa atau dapat dikatakan bahwa ketiga variabel bebas yaitu differensiasi, *lowcost*, dan fokus secara bersama-sama berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Berdasarkan hasil pengujian H_4 ini dapat diinterpretasikan bahwa

differensiasi, *lowcost*, dan fokus secara simultan berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang atau dengan kata lain H₄ diterima.

Differensiasi, *lowcost* dan fokus berpengaruh terhadap Strategi Bersaing UMKM Warga Etnis Tionghoa di Selatpanjang karena ketika pandemi Covid 19 menyerang dan melumpuhkan sektor usaha termasuk UMKM di Selatpanjang, Warga Etnis Tionghoa harus mampu bersaing dalam badai krisis tersebut, salah satunya adalah melakukan differensiasi strategi dimana usaha mereka mempunyai suatu keunikan tertentu, mereka menciptakan suatu citra terhadap usaha mereka sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja di toko mereka, mindset konsumen terbentuk jika membeli suatu produk pasti terikat toko tersebut. Differensiasi menciptakan suatu persepsi kepada konsumen, differensiasi yang dilakukan bisa dengan keunikan produk di jual, dan produk yang tidak umum dan hanya di toko tersebut dijual, UMKM di Selatpanjang juga merubah tampilan atau *tangible* toko mereka semenarik mungkin untuk menarik konsumen dan bahkan mereka menyediakan jasa antar barang yang dipesan, sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah untuk membeli barang tersebut tinggal pesan dan pelayan toko siap mengantar ke alamat. *Lowcost* menciptakan sesuatu perbedaan harga dengan pesaing, jika suatu usaha menguasai jalur distribusi dan bahan baku suatu produk, hasil dari observasi pada UMKM di Selatpanjang memang variable ini secara parsial tidak berpengaruh signifikan karena kondisi pandemi Covid Ketika konsumen secara kuantitas kurang dalam berbelanja jika diterapkan pada semua jenis usaha akan membuat usaha tersebut kurang bisa beroperasi krn minimnya konsumen dan kondisi distribusi yang tidak lancar ke wilayah perairan jika dijual dengan harga yang relative murah dapat mengakibatkan kerugian, tapi strategi ini bisa dilakukan pada produk yang cepat berputar, jika harga di turunkan atau lebih murah dibandingkan pesaing tidak akan menyebabkan kerugian. Fokus yang terjadi pada UMKM etnis Tionghoa di Selatpanjang bahwa toko mereka hanya menjual satu produk utama seperti rokok, telur, arang kayu, minyak eceran, pola seperti menciptakan suatu usaha yang terfokus kepada suatu produk tertentu yang membuat konsumen tidak repot harus mencari toko sesuai keperluan, sehingga konsumen yang loyal sudah tau akan kemana dalam mencari produk tertentu, meskipun pada masa pandemi ada beberapa toko yang sebelumnya melakukan strategi ini menjual produk pengganti untuk menambah kombinasi barang yang dijual.

5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Berikut tabel hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) pelaku UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang yang ditunjukkan pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.605	.560	2.052
a. Predictors: (Constant), Fokus, <i>Lowcost</i> , Differensiasi				
b. Dependent Variable: Strategi Bersaing				

Sumber: Data olahan primer

Berdasarkan tabel 5 diatas, diperoleh nilai R^2 (Adjusted R Square) UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang sebesar 0,560 atau 56,0%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (differensiasi, *lowcost*, fokus) terhadap variabel dependen (strategi bersaing UMKM) sebesar 56,0% atau variasi variabel independen

yang digunakan dalam model (diferensiasi, *lowcost*, fokus) mampu menjelaskan yaitu sebesar 56,0% variabel dependen (strategi bersaing UMKM). Sedangkan sisanya sebesar 44,0% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN

1. Strategi differensiasi dan strategi fokus berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya signifikansi strategi differensiasi sebesar 0,006 dan strategi fokus sebesar 0,003 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi differensiasi dan strategi fokus yang tinggi pada pelaku UMKM warga etnis keturunan tionghoa mampu meningkatkan besarnya strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang.
2. Strategi *lowcost* tidak berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya signifikansi strategi *lowcost* sebesar 0,872 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi *lowcost* yang rendah pada pelaku UMKM warga etnis keturunan tionghoa tidak mampu meningkatkan strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang.
3. Strategi differensiasi, strategi *lowcost*, dan strategi fokus secara simultan berpengaruh terhadap strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya signifikansi strategi differensiasi, strategi *lowcost*, strategi fokus sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara bersama-sama strategi differensiasi, strategi *lowcost*, dan strategi fokus yang tinggi pada pelaku UMKM warga etnis keturunan tionghoa mampu meningkatkan besarnya strategi bersaing UMKM warga etnis keturunan tionghoa kota Selatpanjang.

SARAN

1. Strategi Differensiasi salah satu strategi yang digunakan oleh Pelaku UMKM Etnis Tionghoa di Kota Selatpanjang pada masa Pandemi covid-19 dapat menerapkan sesuatu yang lebih kreatif terutama pada produk dan jasa yang ada yang sudah ada membuat produk dan jasa lebih special bagi konsumen dan menambah pengalaman konsumen yang berbelanja pada UMKM tersebut.
2. Strategi Lowcost salah satu strategi yang tidak digunakan oleh Pelaku UMKM Etnis Tionghoa di Kota Selatpajng pada masa Pandemi Covid-19 dapat dilakukan Ketika kondisi perekonomian dan daya beli masyarakat kembali normal dengan dan distribusi barang kembali lancar sehingga jaringan pemasaran tidak terlalu panjang yang membuat harga akan meningkat, dan pelaku UMKM harus mendapatkan bahan baku yang relative lebih murah dengan memotong jalur distribusi bahan baku yang sangat panjang di era Pandemi Covid-19 sehingga dapat menjual produk lebih murah dibandingkan pesaing.
3. Strategi Focus memang sangat efektif dilakukan oleh Pelaku UMKM Etnis Tionghoa di Kota Selatpanjang meskipun ditambah dengan bumbu-bumbu menambah produk dan jasa lain, Strategi ini akan lebih efektif jika Strategi Fokus ini lebih terdiferensiasi sehingga akan menciptakan konsumen yang loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Andi. 2020. *Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia*. Jurnal Brand, Vol. 2, No. 1, p (123-130).

Badan Pusat Statistik Kabupaten Kepulauan Meranti tersedia di www.merantikab.bps.go.id.
(Diakses tanggal 30 September 2021).

- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: BP Undip.
- Hafni, Roswita., Rozali, Ahmad. 2015. *Analisis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia*. Ekonomikawan Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Vol. 15, No. 2, p (77-96).
- Halim, Abdul. 2020. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju*. Growth Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan, Vol. 1, No. 2, p (157-172).
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Kadeni dan Srijani, Ninik. 2020. *Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat*. Equilibrium Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya, Vol. 8 No. 2, p (191-200).
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syarifatul, A., Melay, R., Tugiman. 2018. *Sejarah Masuknya Etnis Tionghoa Di Selatpanjang Kabupaten Kepulauan Meranti*. Jurnal Bidang Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Vol. 5 Edisi 2.
- Tambunan, Tulus. 2019. *UMKM Di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.