

PENGARUH MODAL, SUMBER DAYA MANUSIA, E-COMMERCE, DAN STANDARISASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING

(STUDI PADA PELAKU USAHA MIKRO PRODUK OLAHAN DI KOTA MALANG)

Ratna Maulidiyah, Siti Saroh, Ratna Niken Hardati

*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: ratna09pearc@gmail.com*

ABSTRAK

Malang merupakan salah satu kota yang mendukung produk-produk UMKM yang tersebar luas di area Malang, lebih dari 9.000 usaha mikro, kecil, dan menengah. Sebagian besar belum mampu berdiri secara mandiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh modal, sumber daya manusia, e-commerce, dan standarisasi produk terhadap daya saing. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian explanatori, pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah probability sampling yang menggunakan simple random sampling dengan cara pengundian yang jumlah sampel sebanyak 71 responden serta menggunakan teknik regresi linier berganda..

Kata Kunci: Modal, Sumber Daya Manusia, E-Commerce, Standarisasi Produk, Daya Saing

ABSTRACT

Malang is one of the cities that supports UMKM product that are widespread in the Malang area, more than 9,000 micro, small and medium business. Most have not been able to stand independently. The purpose of this study is determine how much influence capital, human resources, e-commerce, and product standarization have on competitiveness. This research uses explanatory research type, quantitative method. The sampling technique used in this study is probability sampling that uses simple random sampling by drawing a sample of 71 respondents and using multiple linear regresion techniques. **Keywords** : Capital, Human Resources, E-Commerce, Standarization Product, and Competitiveness

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan aset Pemerintah dan salah satu kekuatan pendorong dalam pembangunan ekonomi negara yang secara khusus dapat meningkatkan ketahanan perekonomian ditingkat rumah tangga.

Malang merupakan salah satu kota yang mendukung produk-produk UMKM yang tersebar luas di area Malang. Data perkembangan jumlah UMKM pada tahun 2018 naik kelas karena data menunjukkan komposisi terbanyak saat ini masih di usaha mikro.

UMKM naik kelas karena data menunjukkan komposisi terbanyak saat ini masih di usaha mikro. Tercatat jumlah usaha mikro Kota Malang sebanyak 99.213 usaha, dengan rincian di Kecamatan Kedungkandang sebanyak 21.045, Kecamatan Sukun 20.251, Kecamatan Klojen 17.034, Kecamatan Blimbing 19.414 dan sebanyak 21.469 usaha berada di Kecamatan Lowokwaru.

Pengembangan dan penguatan Usaha Dinkop dan UM Kota Malang yaitu dengan menghadapi persaingan usaha di era sekarang, pelaku UMKM setidaknya harus memiliki dasar

yang kuat untuk bersaing (Radar Malang, 2019). Pelaku usaha harus memiliki dasar manajemen yang kuat dengan tingkat kreativitas pelaku usaha memasarkan produknya akan menaikkan kualitasnya. Salah satunya yaitu tentang modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi produk.

Persoalan yang paling sering dihadapi pelaku UMKM menyangkut keuangan yaitu modal. Pelaku UMKM akan sukses dan dapat menjangkau pemasaran yang luas, namun selalu terkendala masalah permodalan. Para pelaku UMKM masih belum memberanikan diri untuk pergi ke lembaga keuangan (bank).

Permasalahan kedua yaitu Aspek yang tidak kalah pentingnya untuk dikelola para wirausahawan adalah Sumber Daya Manusia (SDM) yang kegiatan usaha perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset yang paling penting bagi perusahaan dimulai dari penentuan jabatan yang dibutuhkan perusahaan atau seberapa banyak jabatan yang diperlukan (Kasmir, 2014: 154).

Permasalahan ketiga yaitu masalah pendistribusian barang melalui *e-commerce*. Pemanfaatan media internet untuk keperluan perdagangan pemasaran, dan bisnis ini kemudian populer dengan sebutan *e-commerce*. Ada beberapa pelaku UMKM yang masih memasarkan produknya melalui *offline* saja

Permasalahan terakhir yaitu Standarisasi Produk. Pemerintah berupaya agar produk-produk yang dihasilkan sudah memperoleh Standar Nasional Indonesia (SNI). Adanya standar produk juga mempunyai sisi positif selain untuk melindungi konsumen, juga agar produk yang dihasilkan berkualitas dan menciptakan persaingan usaha yang sehat.

Beberapa uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH MODAL, SUMBER DAYA MANUSIA, *E-COMMERCE*, DAN STANDARISASI PRODUK TERHADAP DAYA SAING" (Studi pada Pelaku Usaha Mikro Produk Olahan di Kota Malang).

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di ajukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah modal berpengaruh terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang?
2. Apakah sumber daya manusia berpengaruh terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang?

3. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang?
4. Apakah standarisasi produk berpengaruh terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang?
5. Apakah modal, sumber daya manusia *e-commerce*, dan standarisasi produk berpengaruh terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang?

TINJAUAN PUSTAKA

Modal

Manurung (2008: 13-14) Salah satu persoalan mendasar yang selalu berbagai pihak UKM yaitu permodalannya. Modal usaha diartikan dana yang dipergunakan untuk menjalankan usaha agar dapat berlangsung umurnya.

Kasmir (2014: 93-96) kebutuhan modal, baik modal investasi maupun modal kerja, dapat dicari dari berbagai sumber dana yang ada, yaitu modal sendiri atau modal pinjaman (modal asing), pinjaman kepada lembaga non-formal.

Indikator modal adalah sebagai berikut:

- 1) Modal Sendiri
- 2) Modal Pinjaman (Modal Asing)
- 3) Modal dari Lembaga Non-Formal

Sumber Daya Manusia

Joshi (2015: 9) sumber daya manusia dari suatu organisasi terdiri dari semua upaya, keterampilan, atau kemampuan orang yang bekerja untuk organisasi itu.

Sukmadi (2008: 108-111) Dalam sebuah organisasi, termasuk organisasi usaha, sumber daya manusia yang tepat menjadi salah satu komponen penentu bagi kelangsungan perusahaan bisnis. Dalam hal ini, penempatan sumber daya manusia yang pas sesuai dengan keahliannya akan menjadi daya dukung paling utama.

Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan individu yang akan mampu memberi sumbangan yang berharga dan sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mewujudkan pencapaian tujuan sistem organisasi kewirausahaan. Tentu saja, sumbangan ini merupakan hasil dari produktivitas kerja pada posisi yang mereka pegang.

Jadi, faktor-faktor seperti latar belakang umur, pengalaman yang berhubungan dengan jabatan dan tingkat pendidikan formal mempunyai peranan penting dalam penentuan tingkat ketepatan posisi individu di organisasi kewirausahaan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel sumber daya manusia akan menggunakan dua indikator yaitu :

1. Ketepatan Posisi Sumber Daya Manusia
2. Langkah Penyediaan Sumber Daya Manusia

E-Commerce

Kutz (2016: 16) *E-commerce* adalah perdagangan produk atau layanan menggunakan jaringan komputer, seperti internet. data otomatis.

Keterbatasan teknologi khususnya usaha rumah tangga, yaitu keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi dan kemampuan teknologi sumber daya manusia yang terbatas (Mustafa: 2018: 41).

Sudaryono (2011: 73) *E-commerce* merupakan hasil perkembangan dari berbagai era teknologi informasi yang mampu menciptakan jalur ekonomi baru. Internet saat ini umum digunakan oleh dunia usaha dalam mencari informasi dagang, promosi dagang, maupun menjalin hubungan dagang secara internasional.

Indikator yang digunakan dalam mengukur jaringan usaha ada empat yaitu:

1. Akses Internet
2. Kemampuan Sumber Daya Manusia

Standarisasi Produk

Pengertian standarisasi adalah proses merumuskan, menetapkan, menerapkan, memelihara, memberlakukan, dan mengawasi standar yang dilaksanakan secara tertib dan bekerja sama dengan semua Pemangku Kepentingan (Bandar Standarisasi Nasional (BSN), 2014).

Dalam rangka menjamin keamanan, mutu, dan gizi pangan khususnya terkait pangan olahan tertentu. Badan POM telah menerbitkan sejumlah peraturan, diantaranya terkait informasi Nilai Gizi, Klaim Gizi dan Kesehatan, Pangan Keperluan Gizi Khusus, Pangan Olahan Organik dan Pangan Produk Rekayasa Genetik (Badan POM, 2019).

Standarisasi produk atau bisa juga disebut standar produk bisa tercermin saat sebuah produk memperoleh Standar Nasional Indonesia (SNI) artinya produk tersebut sudah layak dikonsumsi (bila itu berupa makanan atau minuman) atau digunakan bila produk tersebut kerajinan atau produk non-makanan dan minuman.

Pengertian atau keterangan mengenai standarisasi produk diatas, standarisasi produk merupakan panduan yang dapat dipergunakan

dalam proses produksi dan memberikan pedoman sebagai dasar pengambilan keputusan pencantuman standar produk label sebelum diedarkan.

Daya Saing

Konsep daya saing global Abdullah, dkk (2002: 11) Michael Porter (1990) menyatakan bahwa konsep daya saing yang dapat diterapkan pada level nasional tak lain adalah “produktivitas” yang didefinisikannya sebagai nilai output yang dihasilkan oleh seorang tenaga kerja dan Marshal (1920) menyatakan bahwa klaster atau sentra industri mampu meningkatkan daya saing UMKM salah satunya karena tersedianya bahan baku dan fasilitas pendukung.

Tanjung (2016: 112) daya saing (*competitions*) diperoleh karena koperasi berada pada skala ekonomi yang ekonomis, yaitu mampu memproduksi produk secara optimal sehingga HPP rendah, disamping juga memiliki daya tawar secara komparatif.

Asmara (2014: 21-24) menyampaikan pengukuran daya saing seperti biaya tenaga kerja (*unit labor costs*) dan Priharnowo (2004) dalam Firmansyah (2008) yakni Sumber Daya Manusia (SDM) yang berteknologi tinggi dan berkualitas, mengingat dalam setiap fase siklus faktor ini adalah faktor yang paling berperan dan paling diperlukan oleh semua kelompok produk dalam menopang tingkat daya saing.

Indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing yaitu:

1. Produktivitas
2. Kemampuan Sumber Daya Manusia
3. Tersedianya Bahan Baku

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian explanatori, pendekatan kuantitatif. Tujuannya untuk menjawab atau menjelaskan permasalahan yang sedang dihadapi.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelaku usaha mikro produk olahan yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah:

- Modal (X_1)
- Sumber Daya Manusia (X_2)
- E-Commerce (X_3)
- Standarisasi Produk (X_4)

Keunggulan Bersaing (Y)

Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah 4 variabel independen/variabel bebas dan 1 variabel dependen/variabel terikat. Tujuan operasional variabel yaitu memberikan arahan pada penelitian ini, peneliti memberikan definisi operasional atas variabel penelitian sebagai berikut:

1. Pengertian modal dalam penelitian ini adalah biaya yang digunakan untuk mendirikan, biaya produksi sehari-hari baik modal sendiri maupun, modal sumber pinjaman dan lembaga non-formal.
2. Sumber daya manusia merupakan salah satu komponen penentu keberlangsungan usaha, yaitu dengan memiliki keterampilan atau kemampuan untuk bertahan dalam persaingan usaha.
3. *E-commerce* merupakan cara, proses maupun perbuatan memanfaatkan jaringan komputer atau internet untuk melakukan transaksi jual beli atau jasa serta layanan yang digunakan untuk perdagangan.
4. Standar produk bisa tercermin saat sebuah produk memperoleh Standar Nasional Indonesia (SNI). Artinya produk sudah layak dikonsumsi. Sertifikasi ini untuk melindungi konsumen dari produk, menciptakan persaingan usaha yang sehat, serta meningkatkan mutu dan daya saing agar semakin berkualitas dan mampu masuk ke pasar global.
5. Daya saing digunakan untuk mengukur kemampuan atau potensi pelaku usaha untuk bersaing, dimana faktor yang membentuk daya saing yaitu kemampuan memproduksi produknya, memiliki daya tawar secara komparatif misalnya dalam harga suatu produk, kemampuan sumber daya manusianya, serta tersedianya bahan baku di sekitarnya.

Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian ini mengambil populasi usaha mikro produk olahan yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro sebanyak 242 pelaku usaha di Kota Malang.
2. Sampel Peneliti menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin dan hasil perhitungannya yaitu 71 responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dengan teknik *Probability Sampling* yang menggunakan *Simple Random Sampling* dengan cara pengundian.

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini berasal dari data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan berupa informasi yang diperoleh melalui kuesioner serta keterangan dari pelaku usaha mikro produk olahan yang berupa jawaban atas pertanyaan yang dipaparkan dalam kuesioner, kuesioner ditujukan kepada pelaku usaha mikro produk olahan yang ada di Kota Malang.

2. Data Sekunder

Sumber data merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Penelitian ini juga diambil lewat internet, majalah dan penelitian terdahulu.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner
2. Dokumentasi
- 3.

Instrumen Penelitian

Peneliti menggunakan teknik Skala *Likert* dimana digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, dengan skala *likert* maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator yang akan diukur, dari indikator tersebut dijadikan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan, untuk keperluan analisis kuantitatif.

Pemberian Skor Skala *Likert*

Pilihan Jawaban	Keterangan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

(Sumber: Sugiyono, 2011: 94)

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Suatu skala dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, dalam penelitian ini teknik yang digunakan korelasi *product moment* rumus Pearson.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sebuah instrumen yang handal dan dapat dipercaya untuk menghasilkan penelitian dengan tingkat kepercayaan yang tinggi pula dan memberikan hasil yang konsisten.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen apakah positif atau negatif. Analisis regresi linier berganda diperlukan untuk mengetahui koefisien-

koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependennya Uji terhadap nilai statistik t juga disebut uji parsial yang berupa koefisien regresi.

Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah ukuran (besaran) untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen (%), besaran ini dinyatakan dengan notasi R dimana $R=r^2$.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Validitas

Indikator	Koefisien Korelasi	r-tabel	Keterangan
X1.1	0,337	0,2335	Valid
X1.2	0,874	0,2335	Valid
X1.3	0,850	0,2335	Valid

Indikator	Koefisien Korelasi	r-tabel	Keterangan
X2.1	0,457	0,2335	Valid
X2.2	0,460	0,2335	Valid
X2.3	0,556	0,2335	Valid
X2.4	0,372	0,2335	Valid
X2.5	0,584	0,2335	Valid
X2.6	0,442	0,2335	Valid
X2.7	0,446	0,2335	Valid
X2.8	0,514	0,2335	Valid

Indikator	Koefisien Korelasi	r-tabel	Keterangan
X3.1	0,726	0,2335	Valid
X3.2	0,779	0,2335	Valid
X3.3	0,705	0,2335	Valid
X3.4	0,658	0,2335	Valid
X3.5	0,447	0,2335	Valid

Indikator	Koefisien Korelasi	r-tabel	Keterangan
X4.1	0,674	0,2335	Valid
X4.2	0,706	0,2335	Valid
X4.3	0,798	0,2335	Valid
Indikator	Koefisien Korelasi	r-tabel	Keterangan
Y.1	0,577	0,2335	Valid
Y.2	0,495	0,2335	Valid
Y.3	0,734	0,2335	Valid
Y.4	0,322	0,2335	Valid
Y.5	0,370	0,2335	Valid
Y.6	0,628	0,2335	Valid

Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka dikatakan valid atau dikatakan signifikan dan positif.

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Jumlah Item	Keterangan
Modal (X1)	0.556	3	Reliabel
Sumber Daya Manusia (X2)	0.504	8	Reliabel
E-Commerce (X3)	0.687	5	Reliabel
Standarisasi Produk (X4)	0.554	3	Reliabel
Daya Saing (Y)	0.478	6	Reliabel

Sumber: Data diolah (Februari, 2020)

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		Sig
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	18.468	3.153		5.857	0.000
Modal	-0.146	0.090	-0.184	-1.628	0.108

Sumber Daya Manusia	0.238	0.077	0.364	3.101	0.003
E-Commerce	0.082	0.104	0.093	0.791	0.432
Standarisasi Produk	-0.121	0.136	-0.101	-0.890	0.377

Sumber: Data diolah (Februari, 2020)

Uji t (Uji Parsial)

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Keterangan
Modal (X1)	-1.628	1,667	Tidak Berpengaruh
Sumber Daya Manusia (X2)	3.101	1,667	Berpengaruh
E-Commerce (X3)	0.791	1,667	Tidak Berpengaruh
Standarisasi Produk (X4)	-0.890	1,667	Tidak Berpengaruh

Sumber: Data diolah (Februari, 2020)

Variabel	B (Koefisien)	Beta	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig t	Alpha	Keterangan
X1	-0.146	-0.184	-1.628	1,667	0.108	0,05	Ha Ditolak
X2	0.238	0.364	3.101	1,667	0.003	0,05	Ha Diterima
X3	0.082	0.093	0.791	1,667	0.432	0,05	Ha Ditolak
X4	-0.121	-0.101	-0.890	1,667	0.377	0,05	Ha Ditolak

Sumber: Data diolah (Februari, 2020)

Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	<i>Regression</i>	30.791	4	7.698	4.451	0.003 ^a
	<i>Residual</i>	114.139	66	1.729		
	<i>Total</i>	144.930	70			

Sumber: Data diolah (Februari, 2020)

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Keterangan
Modal (X1), Sumber Daya Manusia (X2), <i>E-Commerce</i> (X3), Standarisasi Produk (X4) dan Daya Saing (Y)	4.45	3.14	Berpengaruh

Sumber: Data diolah (Februari, 2020)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.461 ^a	0.212	0.165	1.315

Sumber: Data diolah (Februari, 2020)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan uji parsial dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel modal terhadap daya saing. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian dengan uji t didapat nilai t hitung sebesar $-1.628 < t$ tabel sebesar 1.667 dan sig sebesar 0.108, dimana $\text{sig } t > 0.05$. Sehingga dapat diketahui bahwa modal tidak berpengaruh terhadap daya saing. Hasil penelitian ini, modal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing kemungkinan karena modal bukan soal uang saja melainkan *skill* atau kemampuan sumber daya manusianya. Apabila modal bukan uang saja melainkan diikuti dengan keahlian atau keterampilan, maka akan meningkatkan daya saing dan kemungkinan akan berpengaruh secara positif dan signifikan.
2. Uji parsial untuk variabel sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian uji t didapat nilai t hitung sebesar $3.101 > t$ tabel 1.667 dan sig sebesar $0.003 < 0.05$. Sehingga dapat diketahui bahwa sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap daya saing. Sumber daya manusia merupakan tenaga ahli yang bisa mengembangkan bisnis. Daya saing dapat juga dilihat dari kemampuan sumber daya manusianya mulai dari kemampuan, pengalaman, dan keterampilan dalam mengelola usahanya, karena itu sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing.
3. Uji parsial untuk variabel *e-commerce* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian uji t didapat dengan nilai t hitung sebesar $0.791 < t$

tabel 1.667 dan sig $0.432 > 0.05$. Sehingga dapat diketahui bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap daya saing. Pemanfaatan *e-commerce* sangat perlu untuk meningkatkan promosi dan penjualan, tetapi dari hasil uji parsial diketahui tidak berpengaruh terhadap daya saing. Hal ini kemungkinan karena pelaku usaha sebagian besar hanya menitipkan produknya di Warung ataupun seperti pusat oleh-oleh, dan lewat mulut ke mulut saja.

4. Uji parsial untuk variabel standarisasi produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian uji t didapat nilai t hitung sebesar $-0.890 < t$ tabel 1.667 dan sig sebesar $0.377 > 0.05$. Sehingga dapat diketahui bahwa standarisasi produk tidak berpengaruh terhadap daya saing. Standarisasi produk tidak berpengaruh terhadap daya saing, kemungkinan karena pelaku usaha memproduksi produk yang masih fresh atau tidak tahan lama seperti kue basah dan sejenisnya yang menurutnya tidak perlu menggunakan standar produk.
5. Berdasarkan hasil uji simultan dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian uji F di dapat nilai F hitung sebesar $4.45 > F$ tabel sebesar 3.14, sehingga dapat diketahui secara bersama-sama modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi produk sangat berpengaruh terhadap daya saing. Hasil uji simultan ini menunjukkan pentingnya memanfaatkan dan meningkatkan modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi produk untuk keberlangsungan usaha yang mana dengan adanya pemanfaatan semua variabel tersebut dapat meningkatkan daya saing dengan pelaku usaha lainnya.

Saran

1. Bagi Pelaku Usaha Mikro Produk Olahan
 Hasil penelitian ini untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan berbisnis dalam usaha mikro terutama pelaku usaha mikro produk olahan sehingga melihat apa saja yang perlu dilakukan dalam memulai, menjalankan dan mempertahankan bisnisnya yaitu:
 - a) Tidak berfokus pada modal uang saja melainkan skill atau keahlian sumber daya manusia.
 - b) Sumber daya manusianya harus mempunyai kemampuan dan keterampilan dengan memberikan pelatihan dalam bentuk *coaching clinic* berupa *branding, packaging dan digital marketing*.
 - c) Pelaku usaha harus memanfaatkan teknologi digital apalagi dengan adanya *e-commerce*.
 - d) Serta menerapkan standar produk untuk meningkatkan kualitas produk.
 Semua poin diatas merupakan penentu daya saing dalam era ekonomi kreatif yang serba teknologi digital saat ini.
2. Bagi Pemerintah Kota
 Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran peneliti untuk Pemerintah Kota (Pemkot) yaitu:
 - a) Melakukan pemberdayaan usaha mikro terutama produk olahan dengan membuat program-program pelatihan bagi pebisnis baru maupun yang lama, yang masih kurang mengerti atau memanfaatkan teknologi. Setidaknya para pelaku usaha mengetahui pengetahuan dasar dalam berbisnis, dengan begitu pelaku usaha dapat mempertahankan bisnisnya.
 - b) Perlu pendampingan secara terus menerus.
 - c) Pemerintah harus berkolaborasi dengan stakeholder (pemasok, bank, investor) guna mengembangkan setiap potensi.
 Semua poin diatas merupakan penentu daya saing dalam era ekonomi kreatif yang serba teknologi digital saat ini.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
 Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini memberikan informasi bahwa modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi produk memberikan sumbangan sebesar 21.2% saja sementara sisanya 78.8% dipengaruhi faktor lainnya yang tidak

diteliti pada penelitian ini. Peneliti berharap dalam penelitian selanjutnya dapat ditemukan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro Produk Olahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, dkk (2002) *Daya Saing Daerah: Konsep Pengukurannya di Indonesia*. Yogyakarta, BPFE Yogyakarta
- Adha, Rossya (2018) *Go Digital, Akar permasalahan UMKM di Kota Malang*. Indiekraf.com [Internet], 24 Mei. Available from: <<https://indiekraf.com/>> [Accessed 28 Oktober 2019]
- Andriyanto, Irsad. (2018) *Penguatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui E-Commerce*. Kudus [Internet], 6 (2), Desember, hal.87-100. Diunduh dari: <<http://journal.stainkudus.ac.id>> [diakses 3 Oktober 2019].
- Aquinus, Thomas (2019) *Sertifikasi dan Standardisasi Produk UMKM Memudahkan Konsumen Online* [Internet], Kalimantan Selatan, Preneur Trubus. Available from: Trubus.id <https://preneur.trubus.id> [Accessed 14 November 2019]
- Arikunto, Suharsimi, dkk. (2008) *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Asmara, Rosihan, dkk (2014) *Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Pertanian*. Gunung Samudera, Malang
- Asri Delmayuni, Musa Hubeis dan Eko Ruddy Cahyadi (2017) *Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pangan di Palembang*. Palembang [Internet], 11 (1) Juli. Diunduh dari <<https://researchgate.net>> [Accessed 13 Maret 2020]
- Atun, Nur Isni. 2016. *Pengaruh Modal, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Prambanan Kabupaten Sleman*. Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Badan POM. (2015) *Modul Teknis Implementasi Standar Mutu dan Keamanan Pangan UMKM* [Internet], Jakarta, Direktorat Standardisasi Produk Pangan. Available from: Standar Pangan POM <<http://standarpangan.pom.go.id>> [Accessed 27 Oktober 2019]
- Badan Standardisasi Nasional (2014) *Pengantar Standardisasi* [Internet], Jakarta. Available

- from:
<<http://www.kopertis12.or.id>>[diakses pada tanggal 22 Desember 2019]
- Bidang Informasi Publik (2018) *UMKM Naik Kelas Jadi Fokus Wali Kota Malang*. Malangkota.go.id [Internet], 24 Oktober. Available from: <<https://malangkota.go.id>> [Accessed 27 Oktober 2019]
- Ernawati, Nani. 2017. *Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Sleman Yogyakarta*. Akuntansi. Pendidikan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- GEMA Industri Kecil Menengah dan Aneka (2019) *Standarisasi Produk, Tingkatkan Daya Saing IKM* [Internet], Jakarta, Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah. Available from: Kemenperin <ikm.kemenperin.go.id [Accessed 03 Oktober 2019]
- Heryanto (2019) 90 Persen UMKM di Kota Malang Masih di Level Mikro, perlu percepatan dari 1.0 ke 4.0. malangtimes.com [Internet], 14 September. Available from: <<https://www.malangtimes.com> [Accessed 28 Oktober 2019]
- Indrajit, Richardus Eko (2001) *E-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. Jakarta, PT Elex Media Komputindo
- Joshi, Manmohan (2015) *Human Resource Management* [Internet], India. Available from: Bookboon <<https://bookboon.com> [Accessed 17 November 2019]
- Juliandi, I. Irfan, dan S. Manurung (2014) *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kasmir (2014) *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Jakarta, PT RajaGrafindo Persada
- Kutz, Martin (2016) *Intoduction to E-Commerce: Combining Business and Information Technology* [Internet]. Jerman. Available from: Bookboon <<https://bookboon.com> [Accessed 17 November 2019]
- Manurung, Adler Haymans (2008) *Modal untuk Bisnis UKM*. Jakarta, PT Kompas Media Nusantara
- Maryama, Siti. (2013) *Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya saing Usaha*. Jakarta [Internet] 2 (1) Januari-Juni, hal.73-79. Diunduh dari: <<http://scholar.google.co.id>> [diakses 3 Oktober 2019].
- Mustafa, Said Insya (2018) *Reformasi Lembaga Keuangan Usah Mkro Menuju Pola Syariah*. Malang, Empatdua
- Peraturan Daerah (2014) *Peraturan Daerah Kota Malang: Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Malang Tahun 2013-2018*. Peraturan.bpk.go.id [Internet]. Available from: <https://peraturan.bpk.go.id/>[Accessed 11 Januari 2020]
- Priyono, Ahmad Agus (2015) *Analisis Data dengan SPSS*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang
- Rachbini, Didik J (2001) *Pembangunan Ekonomi dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sudaryono dan Asep Saefullah (2011) *Kewirausahaan*. Yogyakarta, C.V Andi Offset
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ke-23. Bandung, CV Alfabeta
- Sukmadi dkk (2008) *Menjadi Wirausahawan Handal: Teori dan Aplikasi Manajemen Usaha*. Bandung, Humaniora
- Supriyanto dan Maharani (2013) *Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang, UIN Maliki Press (Anggota IKAPI)
- Sutaminingsih, Widiani, dkk. (2018) *Pengaruh Faktor-Faktor Standarisasi Produk Terhadap Peningkatan Daya Saing Produk Industri Kecil Menengah Jawa Timur*. Surabaya [Internet], 4 (1), hal.288-297. Diunduh dari: <<https://sholar.google.co.id>>[diakses 22 November 2019].
- Tanjung, M. Azrul (2017) *Koperasi dan UMKM: Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Jakarta, Erlangga
- Utari, Dewi. (2014) *Pengaruh Modal, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat*. Denpasar [Internet], 3 (12) Desember, hal.576-585. Diunduh dari: <<https://ojs.unud.ac.id>> [diakses 3 Oktober 2019].
- Wilantara & Susilawati (2016) *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung, Refika Aditama

Zainuddin (2018) *UMKM Terus Tumbuh di
Tengah kendala Klasik.*
Suryamalang.tribunnews.com [Internet],

14 April. Available from:
<https://suryamalang.tribunnews.com/>
[Accessed 28 Oktober 2019]