

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

(Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Produk Olahan di Kota Malang)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan  
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**RATNA MAULIDIYAH**

NPM 216.01.09.2.004



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
MALANG  
2020**



## RINGKASAN

Ratna Maulidiyah, 2020, Pengaruh Modal, Sumber Daya Manusia, E-Commerce, dan Standarisasi Produk Terhadap Daya Saing (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Produk Olahan di Kota Malang) Dosen Pembimbing I: Dr. Siti Saroh, M. Si, Dosen Pembimbing II: Dra. Ratna Niken Hardati, M. Si.

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.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam uji secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel modal terhadap daya saing, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $-1.628 < 1.667$ . Variabel sumber daya manusia terhadap daya saing terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yaitu  $3.101 > 1.667$ . Variabel *e-commerce* terhadap daya saing tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0.791 < 1.667$ . Variabel standarisasi produk terhadap daya saing tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $-0.890 < 1.667$ . Uji secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi produk terhadap daya saing, hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel yaitu  $4.45 > 3.14$ .

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

## SUMMARY

*Ratna Maulidiyah, 2020. The Effect of Capital, Human Resources, E-Commerce, and Product Standarization on Competitiveness (Study on Processed Micro Business Executors in Malang City). Supervisor I: Dr. Siti Saroh, M.Si, Supervisor II: Dra. Ratna Niken Hardati, M.Si.*

*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.*

*The results showed that in the partial test there was no positive and significant effect between the capital variables on competitivess, this was evidenced by the calculated t value < t table is  $-1.628 < 1.667$ . Variable of human resources on competitiveness there is a positive and significant effect, this evidenced by the value of t count > t table that is  $3.101 > 1.667$ . The e-commerce variable on competitivess does not have a positive and significant effect, this is evidenced by the value of t count < t table that is  $0.791 < 1.667$ . Product standarization variable on competitivess has no positive and significant influence, this is evidenced by the value of t count < t table that is  $-0.890 < 1.667$ . Simultaneous test there is a positive and significant effect between capital, human resources, e-commerce, and product standarization on competitiveness, this is evidenced by the calculated F value > F table that is  $4.45 > 3.14$ .*

*Keywords : Capital, Human Resources, E-Commerce, Standarization Product, and Competitiveness*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

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. Gerak sektor UMKM sangat strategis untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja; mendorong pemerataan pendapatan dan pendistribusian hasil-hasil pembangunan; fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar; serta berkontribusi pada penyediaan produk pangan untuk konsumsi masyarakat.

Perkembangan UMKM di Indonesia didorong dengan terbukanya pasar dengan semakin tingginya angka pertumbuhan penduduk Indonesia. Data Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik, dan *United Nation Population Fund*, memprediksi jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada 2018 sebanyak 58,97 juta orang. Sedangkan jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 diprediksi mencapai 265 juta jiwa (keuangan.kontan.co.id, 2018).

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 seperti yang terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1 Jumlah UMKM Kota Malang**

No	Uraian	Kecamatan	Jumlah
1.	Usaha Mikro	Kedungkandang	21.045
		Sukun	20.251
		Klojen	17.034
		Blimbing	19.414
		Lowokwaru	21.469
2.	Usaha Kecil	Kedungkandang	1.876
		Sukun	1.766
		Klojen	2.395
		Blimbing	1.674
		Lowokwaru	2.231
3.	Usaha Menengah	Kedungkandang	342
		Sukun	428
		Klojen	1.622
		Blimbing	608
		Lowokwaru	711

Sumber: Malangkota.go.id (2018)

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.

Sementara itu untuk usaha kecil terdata di Kedungkandang sebanyak 1.876 usaha, Sukun 1.766 usaha, Klojen 2.395, Blimbing 1.674 usaha, dan di Lowokwaru 2.231 usaha. Adapun untuk klaster usaha menengah terdata 342 usaha berada di Kedungkandang, 428 usaha di Sukun, 1.622 usaha di Klojen, 608 usaha di Blimbing serta di Kecamatan Lowokwaru sebanyak 711 usaha.

Data yang dihimpun Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Dinkop dan UM), saat ini terdapat lebih dari 112 ribu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yakni sebanyak 99.213 usaha mikro, 9.942 usaha mikro yang pada tahun 2018 yaitu 9.940 hanya bertambah 2 usaha saja, dan 3.711 usaha menengah (Radar Malang, 2019). Klaster Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, di informasikan oleh Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang Dra. Tri Widayani Pangestuti, M.Si pada Tabel 2.

**Tabel 2 Klaster Aset UMKM**

No	Uraian	Aset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Rp50 juta	Di bawah Rp300 juta
2.	Usaha Kecil	Rp500 juta	Di bawah Rp2,5 milyar
3.	Usaha Menengah	Rp10 milyar	Di bawah Rp50 milyar.

Sumber: Wilantara & Susilowati (2016)

Aset yang dimiliki usaha mikro di bawah Rp50 juta dengan omzet di bawah Rp300 juta, klaster usaha kecil memiliki aset di bawah Rp500 juta dengan omzet di bawah Rp2,5 milyar, dan untuk usaha menengah memiliki aset di bawah Rp10 milyar dengan omzet di bawah Rp50 milyar.

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). Modal memang merupakan faktor penting dan sangat menentukan untuk dapat memulai dan mengembangkan suatu usaha. Modal dalam suatu usaha adalah seperti bahan bakar atau energi penggerak awal sebuah motor. Makin besar motor yang harus digerakkan makin besar pula energi yang diperlukan. Sebaliknya, makin banyak bahan bakar atau makin besar energi yang ada, akan makin besar pula daya yang dapat dihasilkan. Demikian juga pada modal, makin besar modal yang ada, makin besar pula kemungkinan ukuran usaha yang dapat dijalankan. Usaha kecil

cukup dengan modal kecil, dan sebaliknya untuk usaha yang besar diperlukan modal yang besar pula.

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 sebagian aset yang paling penting bagi perusahaan dimulai dari penentuan jabatan yang dibutuhkan perusahaan atau seberapa banyak jabatan yang diperlukan (Kasmir, 2014: 154).

Tugas penyediaan sumber daya manusia semestinya adalah sangat penting bagi para pelaku usaha. Produktivitas pada semua pelaku usaha atau organisasi kewiraswastaan ditentukan oleh bagaimana sumber daya manusia berinteraksi dan bergabung untuk menggunakan sumber daya sistem manajemen. Faktor-faktor seperti latar belakang, umur, pengalaman yang berhubungan dengan jabatan, dan tingkat pendidikan formal semuanya mempunyai peranan di dalam menentukan tingkat ketepatan posisi individu-individu pada organisasi kewiraswastaan. Sumber daya manusia merupakan aset intelektual yang sangat berharga dalam bisnis sehingga keberadaannya merupakan salah satu modal terpenting dalam mengelola bisnis.

Permasalahan ketiga yaitu masalah pendistribusian barang melalui *e-commerce*. Saat ini, dengan semakin maraknya penggunaan internet, perdagangan secara elektronik (*e-commerce*) dilakukan oleh bisnis-bisnis. 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. Masih ada pelaku UMKM yang fokus untuk meningkatkan kualitas produk daripada memikirkan strategi pemasaran produk mereka. Pelaku UMKM belum sepenuhnya menempuh jalur *go online*. Bahwa telah diketahui total sekitar 30 persen yang sudah memanfaatkan sistem pemasaran *online*. Kemajuan zaman yang serba cepat dengan bantuan internet dapat menjadikan efisiensi bagi para penggunanya. Dengan memanfaatkan internet dipastikan akan membantu proses pemasaran para UMKM yang berada di kota Malang. Berbagai macam pola yang ditawarkan di internet untuk membantu penjualan dan pemasaran para penggunanya. Namun, masih ada beberapa orang yang belum memanfaatkan teknologi internet. Masih banyak permasalahan-permasalahan yang masih dirasakan oleh para pelaku UMKM. Berkembangnya teknologi seharusnya bisa dimanfaatkan dengan baik oleh pelaku usaha.

Usaha mikro, kecil, dan menengah Kota Malang terus di dorong untuk masuk dunia ekonomi digital, untuk meningkatkan daya saing. Beberapa program terus dilakukan dengan pendampingan secara terus menerus melalui pelatihan, terutama berkaitan dengan ekonomi kreatif di era yang serba digital.

Di era industri 4.0 yang dicanangkan pemerintah pusat tampaknya masih cukup sulit di ikuti oleh para pelaku usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Malang. Dari ratusan ribu pelaku yang ada, 90 persen diantaranya masih di level mikro. Mereka umumnya masih mengandalkan mekanisme manual atau industri 1.0 yang pelaksanaannya menggunakan sistem manual. Dinas Koperasi dan UKM Kota Malang mencatat bahwa mulai banyak usaha Mikro, Kecil dan

Menengah yang pemasarannya menggunakan ekonomi digital. Tetapi sebagian besar hanya menggunakan jaringan listrik atau industri berbasis 2.0 maupun 3.0 yang baru menggunakan computer (MalangTimes, 2019). Menurut Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang Dra. Tri Widyani Pangestuti, M.Si, ada empat permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM untuk meningkatkan taraf dari industri 1.0 ke industri 2.0, mulai dari permodalan, kualitas produk, standarisasi, dan pemasaran. Saat ini, yang mendominasi di Malang ada beberapa. Termasuk kuliner, fashion, kriya, dan yang menonjol lagi UKM digital yakni start up animasi, aplikasi dan game (Wawancara Pangestuti, 2019).

Nyatanya, Meskipun zaman sudah semakin maju dengan kecanggihan dan kemudahan teknologi. Justru hal ini merupakan suatu tantangan besar terhadap pelaku UMKM. Kurangnya adaptasi pemahaman dan adaptasi kecanggihan teknologi membuat mereka menjadi kurang bisa untuk mengoperasikannya. Karena, sebagian besar di dominasi oleh Generasi X (awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran). Disinilah peran anak muda bangsa yaitu turut membantu memecahkan masalah yang sedang dihadapi (Indiekraf, 2018).

Aneka produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Malang City Expo (MCE) 2018 seperti kuliner, konveksi, mebel, produk hasil hutan, dan aneka kriya. Yani mengakui masih banyak persoalan melingkupi UMKM. Secara garis besar, ada empat persoalan mendasar, yakni permodalan, standarisasi produk, sumber daya manusia, dan pemasaran. Adanya ribuan UMKM itu Dinas Koperasi

serius untuk mendampingi UMKM. Diantara yang dilakukan yaitu UMKM naik kelas, hal ini untuk menjaga agar UMKM tetap bertahan. Sebab, UMKM menjaga pondasi perekonomian bahkan ketika sedang krisis (Surya Malang, 2018).

Permasalahan terakhir yaitu Standarisasi Produk. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM (Disperindagkop) dan Dinkes Kota berupaya agar produk-produk yang dihasilkan sudah memperoleh Standar Nasional Indonesia (SNI) bekerja sama dengan BPOM untuk memfasilitasi UMKM agar mendapatkan surat izin edar. Adanya standar produk juga mempunyai sisi positif selain untuk melindungi konsumen, juga agar produk yang dihasilkan berkualitas dan menciptakan persaingan usaha yang sehat.

Kota Malang merupakan kota pendidikan yang selalu ramai oleh pengunjung setiap harinya karena banyaknya mahasiswa ataupun pendatang. Disatu sisi malang juga di kenal sebagai kota pariwisata karena bangunan-bangunan kuno yang berarsitektur dan banyak peninggalan sejarah lainnya. Kenapa saya memilih penelitian tentang produk olahan (makanan dan minuman), karena Kota Malang termasuk tinggi jasa usaha di bidang kuliner. Hal tersebut dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman dalam bentuk kemasan ataupun camilan untuk oleh oleh wisatawan.

Sutiaji Walikota Malang meminta BPOM untuk terus mengedukasi sekaligus memonitoring kualitas jajanan (makanan dan minuman) yang dijual di lingkungan sekolah. Karena ada kalanya jajanan (makanan dan minuman) hanya menekankan rasa tapi mengabaikan aspek higienisnya. Karena kota malang

termasuk tinggi jasa usaha di bidang kulinernya, maka harus disertai dengan mutu produk dan terjamin aspek keamanan dan kesehatannya. Pimpinan BPOM Jatim juga berkata, di Malang juga sempat terdeteksi ada produk dan beredar kosmetik yang dinilai tidak higienis. Dan ini penjualannya melalui *online*, sudah kami (BPOM) amankan (humas.malangkota.go.id, 2020).

Permintaan konsumen akan produk pangan akan terus berkembang, sedangkan produk pangan olahan yang beredar dipasaran belum semuanya terjamin atas mutu dan keamanan bagi konsumen. Hal ini terbukti masih ditemukan pelaku UMKM yang belum begitu memahami akan pentingnya standarisasi produk. Mengingat saat ini dari beberapa produk yang digemari di Kota Malang adalah pangan olahan seperti makanan dan minuman, Pemerintah Kota perlu meningkatkan standarisasi bagi pelaku UMKM dan melakukan kerjasama dengan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Kota Malang.

Data dari hasil penelitian Setyawan dkk tentang “Peningkatan Perlindungan Konsumen Melalui Penerapan Standarisasi dan Sertifikat Mutu Produk Pangan Olahan” bahwa produsen pangan olahan memiliki tanggung awab berproduksi secara baik dengan memenuhi standar mutu yang ditentukan, jika produknya merugikan konsumen maka dia harus memberikan ganti rugi serta dalam rangka pengembangan tanggung jawab produk dan standarisasi mutu produk hal yang harus dilakukan yaitu membentuk Undang-Undang Sistem Standarisasi Nasional dan Undang-Undang Tanggung Jawab Produk secara mutlak.

Penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu di Kota Malang ada lebih dari 9.000 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun sebagian besar masih belum mampu berdiri secara mandiri. Mulai dari modal, sumber daya manusia, pemasaran *online (e-commerce)*, hingga standarisasi produk, masih menjadi problem sebagian besar UMKM terutama usaha mikro. Dalam rangka mengembangkan persaingan UMKM terutama Usaha Mikro di Kota Malang, Dinkop Usaha Mikro terus memberikan pelatihan kepada anggotanya, agar pengelolaan manajemen terbina hingga menjadi mandiri. Menurut Tri Widiyani, saat ini ribuan usaha masih lemah sumber daya manusia dan manajerialnya, selain itu, pemasaran dan pengelolaan keuangan Usaha dianggapnya masih lemah. Pelaku usaha seperti sekedar menjual produknya. Sementara inovasi yang dilakukan belum maksimal. Tentunya mereka ingin daya saing UMKM terutama Usaha Mikro di Kota Malang kuat di segala aspek, produk, dan pemasarannya. Saat ini, penjualan *offline* juga harus dibarengi dengan penjualan *online* atau *e-commerce*. Dua metode penjualan ini sudah tidak bisa dipungkiri dapat mempengaruhi penjualan produk. Selain itu standarisasi produk juga perlu, karena kesadaran pelaku usaha masih lemah akan sertifikasi padahal ini juga penentu daya saing para pelaku usaha di Kota Malang. Oleh karena itu, para pelaku usaha mikro produk olahan di Kota Malang perlu disinergikan agar terintegrasi dan perlu juga memonitoring dalam mengembangkan Usaha.

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).

### **B. Rumusan Masalah**

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

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

### **C. Tujuan Penelitian**

Adanya permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh signifikan modal terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh signifikan sumber daya manusia terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh signifikan *e-commerce* terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang.
4. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh standarisasi produk terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang.
5. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh signifikan modal, sumber daya manusia, *e-commerce* dan standarisasi produk terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan, serta referensi kepada penulis dan pembaca mengenai pengaruh modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi produk terhadap daya saing usaha mikro produk olahan di Kota Malang.

- b. Dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi kepada penelitian selanjutnya guna mengembangkan penelitian tentang UMKM.
- c. Memberikan kontribusi pada pengembangan terhadap literatur maupun penelitian selanjutnya di bidang UMKM.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengaplikasikan teori yang selama ini di dapatkan selama masa perkuliahan khususnya di bidang administrasi bisnis dan mengenai UMKM.

### b. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi para pelaku bisnis usaha mikro di sektor olahan pangan di Kota Malang tentang pentingnya modal, sumber daya manusia, *e-commerce* dan standarisasi produk terhadap daya saing untuk keberlangsungan usaha dan pengoperasian bisnisnya.

### c. Bagi Pemerintah Kota Malang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pemerintah Kota Malang untuk dijadikan bahan untuk menyelesaikan permasalahan dan mengajak pelaku usaha untuk bisa meningkatkan daya saing dan kualitas produknya.

## E. Sistematika Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ini akan di sistematiskan menjadi lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Sebelum memasuki bab pertama akan didahului dengan halaman sampul, halaman judul, halaman motto, halaman lembar persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan orisinalitas, halaman ringkasan, halaman *summary*, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar/bagan, halaman daftar lampiran.

### BAB I PENDAHULUAN

Penulisan penelitian ini, menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah yang ada, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KETERANGAN TEORI

Bab II ini menjelaskan tinjauan pustaka dan keterangan teori yang melandasi dan memperkuat penelitian yang diambil dari buku, literatur, peraturan, dan jurnal ilmiah ataupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan karya ilmiah ini.

### BAB III METODE PENELITIAN

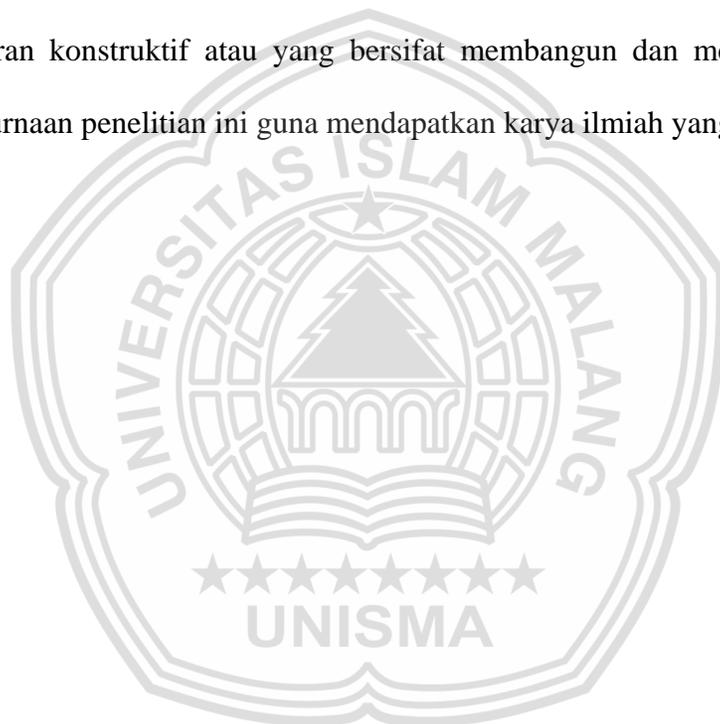
Menjelaskan tentang metode penelitian, dimana menyangkut jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian dan pengukuran populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ke empat atau hasil pembahasan yang berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data dan interpretasi dan pembahasan.

## BAB V PENUTUP

Berisikan kesimpulan yang didapat dari analisis data hasil pengujian dan saran-saran konstruktif atau yang bersifat membangun dan memperbaiki untuk kesempurnaan penelitian ini guna mendapatkan karya ilmiah yang lebih baik.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh modal, sumber daya manusia, *e-commerce*, dan standarisasi produk terhadap daya saing (Studi kasus pada pelaku usaha mikro produk olahan di Kota Malang), maka dapat ditarik kesimpulan. Penelitian dengan judul “Pengaruh Modal, Sumber Daya Manusia, *E-Commerce*, dan Standarisasi Produk Terhadap Daya Saing” ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan melakukan dokumentasi dan menyebarkan kuesioner kepada para pelaku usaha mikro produk olahan yang ada di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan hasil 71 responden. Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu: ★★★★★

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  $sig\ t > 0.05$ . 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  $3.101 > t \text{ tabel } 1.667$  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  $0.791 < t \text{ tabel } 1.667$  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  $-0.890 < t \text{ tabel } 1.667$  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 dapan nilai F hitung sebesar  $4.45 > F \text{ tabel sebesar } 3.14$ , 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.

## B. 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.
- e) Dalam menjalankan suatu usaha, pelaku usaha jangan terlalu fokus terhadap modal uang saja melainkan niat dan keahlian sumber daya manusia; sumber daya manusia juga perlu diberikan pelatihan untuk mengasah kemampuannya; pelaku usaha juga perlu memanfaatkan *e-commerce* untuk memperluas pemasaran produknya serta menerapkan standarisasi produk, selain melindungi konsumen juga meningkatkan mutu dan daya saing.

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) Pemerintah perlu mensosialisasikan tentang modal, meskipun modal uang itu perlu tetapi niat, kemampuan serta keahlian pelaku usaha dalam menata usahanya sangat diperlukan. Pemerintah harus berkolaborasi dengan stakeholder (pemasok, bank, investor) guna mengembangkan setiap potensi.
- b) Pemerintah perlu menggali potensi sumber daya manusia (pelaku usaha) yang dimilikinya sehingga dapat memberikan support dan fasilitasi sesuai kebutuhan untuk pengembangan potensinya tersebut. Serta 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.
- c) Pemerintah perlu meningkatkan sosialisasi pentingnya teknologi dan pemasaran terutama di *e-commerce*, untuk meningkatkan penjualan dan produk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Serta perlu pendampingan secara terus menerus.

- d) Pemerintah perlu bekerjasama dengan BPOM untuk mensosialisasikan dan mengedukasi para pelaku usaha mengenai pentingnya standarisasi produk untuk melindungi dan keamanan konsumen.
- e) Pemerintah Kota perlu mensosialisasikan dan edukasi mengenai modal, sumber daya manusia, *e-commerce* dan khususnya tentang standarisasi produk minimal satu tahun sekali karena hal ini selain untuk keamanan dan terjaminnya mutu juga berpengaruh terhadap daya saing dan berlangsungnya usaha.

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].
- Aquinas, 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]
- 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 Standarisasi Nasional (2014) *Pengantar Standarisasi* [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](http://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]

HUMAS Pemerintah Kota Malang (2020) *Waspadai Jajanan Mengandung Zat Kimia Berbahaya, Walikota Sutiaji Minta BPOM Lakukan Pemantauan*. Humas.malangkota.go.id [Internet], 27 Februari. Available from: <<https://humas.malangkota.go.id>> [Accessed 1 Agustus 2020]

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.
- Setyawan, Fendi, dkk. 2012. *Peningkatan Perlindungan Konsumen Melalui Penerapan Standarisasi dan Sertifikasi Mutu Produk Pangan Olahan*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Fakultas Hukum. Universitas Jember.
- 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]