



Pengaruh Sumber Daya manusia, Kesiapan Modal, Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Sinta Wulandari¹

¹Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Lampung, Indonesia

E-mail: sintawulandari1211@gmail.com¹

ARTICLE INFO

Article history:
Received 15 Januari
2024
Received in Revised 16
Mei 2024
Accepted 31 Mei 2024

*Keyword's : human
resources, capital
readiness, e-
commerce utilization*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of human resources, capital readiness and e-commerce utilization on the competitiveness of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Metro City. The type of research used in this research is quantitative with a descriptive approach. Data analysis was carried out by testing instruments, classical assumptions and testing hypotheses. The results of the study show that Human Resources have a positive and significant influence on the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Metro City. Capital readiness has a positive and significant influence on the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Metro City. E-Commerce has a positive and significant influence on purchasing decisions for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Metro City. Human Resources, capital readiness and E-Commerce have a positive and significant influence on the Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Metro City.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Sumber Daya Manusia, Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Metro. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adaah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis data dilakukan dengan pengujian instrumen, asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukan bahwa Sumber Daya Manusia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Metro. Kesiapan modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Metro. *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Metro. Sumber Daya Manusia, kesiapan modal dan *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Metro.

Expensive : Jurnal Akuntansi dan Keuangan

Website : <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: sintawulandari1211@gmail.com

Peer review under responsibility of Expensive: Accounting Journal. 2829-5609.

PENDAHULUAN

Pada saat ini telah terdapat begitu banyak sumber modal yang diberikan pemerintah untuk memberikan bantuan yaitu bantuan dana desa, dan saat ini bantuan bagi pelaku UMKM semakin besar. Selain bantuan dari pemerintah para pelaku usaha UMKM juga dapat mendapat pinjaman dari bank pemerintah ataupun swasta, dengan syarat yang ringan. Misalnya memiliki laporan arus KAS yang baik, setidaknya selama satu tahun. Dengan adanya kemudahan pinjaman, maka pelaku UMKM tidak akan kesulitan untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya. Sehingga tinggal pelaku usaha menghasilkan produk-produk yang kreatif dan inovatif. Usaha mikro, kecil, dan menengah mampu bertahan menggerakkan ekonomi kerakyatan meskipun sedang dilanda krisis moneter. Seiring dengan perkembangan tersebut, usaha mikro, kecil, dan menengah dituntut untuk dapat bersaing dengan pelaku bisnis lainnya. Persaingan akan muncul ketika banyak dari pelaku bisnis yang memberikan keunggulan produk yang dihasilkan. Dengan begitu, daya saing akan muncul dengan sendirinya dalam memperbaiki kualitas produk atau usaha yang didirikan.

Daya saing merupakan hal yang penting dalam menjalankan suatu bisnis/usaha. Adanya daya saing perusahaan bahkan UMKM akan mampu meningkatkan inovasi produk dan lainnya dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang terjadi. Daya saing memiliki sifat yang relative dikarenakan untuk menentukannya perlu pembandingan artinya daya saing tergantung pada siapa pesaingnya, bisa saja suatu waktu sebuah perusahaan memiliki daya saing yang tinggi tetapi di waktu lain ketika para pesaing berganti menjadi lebih kompeten maka daya saing akan menurun terhadap para pesaingnya. Adanya persaingan akan memunculkan daya saing yang bernilai positif bagi kemajuan. Dengan begitu, seseorang akan meningkatkan kualitas diri dari berbagai sisi dan mencoba mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada untuk meningkatkan daya saing. Hal yang sama juga terjadi di UMKM, bahwa daya saing UMKM memiliki peran yang cukup dominan dalam daerah tersebut. UMKM di Kota Metro baik dari usaha mikro, kecil, dan menengah mengalami persaingan yang sangat ketat dalam merebut pasar. Hal ini dibuktikan dengan adanya persaingan dari segi harga, inovasi produk, maupun pelayanan yang diberikan untuk menarik konsumen. Saat ini, banyak dari UMKM yang lebih mementingkan harga murah tanpa memperhitungkan kualitas dari produk atau jasa itu sendiri. Sehingga UMKM hanya mendapatkan keuntungan jangka pendek. Inovasi yang beragam harusnya selalu dilakukan oleh UMKM untuk kemajuan usaha mereka.

Berdasarkan tabel mengelompokkan UMKM menjadi beberapa kategori yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan yang memiliki kriteria asset ≤ 50 juta dan omset ≤ 300 jt sebanyak 12.960 unit. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang memenuhi kriteria asset ≤ 50 juta dan omset ≤ 500 sebanyak 1.088 unit.

Sementara usaha menengah adalah usaha produktif orang perorangan yang memiliki kriteria asset $\leq$ 500 juta dan omset $\leq$ 2,5 miliar sebanyak 79 unit.

UMKM merupakan usaha produktif orang perorangan yang memiliki kriteria sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan. Kebanyakan orang menyebutkan daya saing UMKM sama dengan daya saing perusahaan. Meskipun istilah daya saing sendiri digunakan pada berbagai bidang seperti daya saing perusahaan, daya saing daerah maupun daya saing UMKM. Semua istilah ini meskipun berbeda konteks tetapi memiliki makna yang sama yaitu kemampuan yang dimiliki setiap entitas untuk meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan dan mengembangkan diri diantara entitas lain dalam suatu lingkungan sehingga dapat disimpulkan bahwa daya saing UMKM merupakan kemampuan UMKM untuk tumbuh dan berkembang dengan baik dalam menghasilkan produk dan jasa.

Sesuai survey yang telah dilakukan kepada UMKM di Kota Metro, beberapa dari usaha mikro, kecil, dan menengah mengalami persaingan yang sangat ketat dalam merebut pasar. Hal ini dibuktikan dengan adanya persaingan dari segi harga, inovasi produk, maupun pelayanan yang diberikan untuk menarik konsumen. Saat ini, banyak dari UMKM yang lebih mementingkan harga murah tanpa memperhitungkan kualitas dari produk atau jasa itu sendiri. Sehingga UMKM hanya mendapatkan keuntungan jangka pendek. Inovasi yang beragam harusnya selalu dilakukan oleh UMKM untuk kemajuan usaha mereka. UMKM yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan pasar melalui harga dan inovasi, lambat laun akan mengalami penurunan omset. Ketatnya persaingan dalam memperoleh omset tersebut akan menjadi hal serius bagi UMKM. Apabila penurunan omset terjadi secara terus menerus maka UMKM mau tidak mau harus menambah modal untuk memperlancar operasional usaha tersebut. Tetapi banyak dari UMKM yang tidak memiliki modal yang cukup (modal minim). Pada saat UMKM tidak memiliki modal, UMKM tidak dapat merebut pasar atau memiliki daya saing yang rendah. Dengan kata lain, minimnya modal menjadi penyebab daya saing UMKM rendah. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dari daya saing UMKM yang pertama dari segi sumber daya manusia. Sumber daya manusia diyakini dapat meningkatkan daya saing UMKM. Maka dari itu diperlukan sumber daya manusia yang cukup handal dengan keterampilan yang dimiliki. Keterampilan ini didapat dari latar belakang pendidikan yang sesuai serta pengalaman yang cukup. Kontribusi dari keterampilan, pengalaman, dan latar belakang bisa menggali perspektif seseorang dalam mewujudkan keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah dan mengungguli pesaing lain.

Selanjutnya faktor kesiapan modal, UMKM yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan pasar melalui harga dan inovasi, lambat laun akan mengalami penurunan omset. Ketatnya persaingan dalam memperoleh omset tersebut akan menjadi hal serius bagi UMKM. Apabila penurunan omset terjadi secara terus menerus maka UMKM mau tidak mau harus menambah modal

untuk memperlancar operasional usaha tersebut. Tetapi banyak dari UMKM yang tidak memiliki modal yang cukup (modal minim). Pada saat UMKM tidak memiliki modal, UMKM tidak dapat merebut pasar atau memiliki daya saing yang rendah. Dengan kata lain, minimnya modal menjadi penyebab daya saing UMKM rendah.

Adanya persaingan tentu membuat usaha mikro, kecil dan menengah harus mempersiapkan modal yang akan dijadikan peran penting dalam memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada di perusahaan. Modal ini tidak hanya berupa jumlah uang yang dibutuhkan tetapi juga kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi situasi dan kondisi pasar yang fluktuatif yang dinamakan dengan modal keahlian. Dengan modal, semua usaha mikro, kecil, dan menengah dapat melaksanakan aktivitas produksi dan aktivitas bisnis lainnya. Tanpa modal, usaha mikro, kecil, dan menengah tetap dapat berjalan tetapi hanya dapat melaksanakan aktivitasnya yang sangat terbatas. Pelaku usaha juga tidak dapat merebut pasar dengan baik apabila modal yang ada minim. Minimnya modal yang ada di Kota Metro memberikan keprihatinan tersendiri bahwa yang selalu menjadi masalah terkait meningkatkan daya saing adalah modal. Beberapa UMKM menyatakan bahwa mereka lebih memilih mengembangkan modal sendiri dibandingkan harus mendapatkan dari pihak ketiga. Hal ini dikarenakan persyaratan maupun prosedur untuk mendapatkan modal cukup panjang dan juga UMKM hanya mendapatkan jumlah yang terbatas. Sementara itu, UMKM hanya dapat bergantung pada hasil penjualan dari produk yang dihasilkan untuk mendapatkan uang kembali dan memutarkannya menjadi aktivitas produksi selanjutnya. Saat terjadi penurunan hasil penjualan, UMKM harus mencari alternatif lain menjalankan bisnisnya sehingga membutuhkan manajemen modal yang baik untuk menjalankan kegiatan bisnis.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Resdiana dan Gabriel menjelaskan adanya peningkatan daya saing UKM DIY terfokus pada masalah permodalan dan SDM. Selain itu, berdasarkan observasi dan wawancara bahwa ternyata pelaku UMKM banyak menemukan mengenai kurangnya atau minimnya modal yang dimiliki sehingga dalam pengembangan usaha menjadi terkendala atau menjadi hambatan. Yang menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha pelaku UMKM adalah minimnya modal.

Selain adanya SDM, kesiapan modal yang mempengaruhi Daya Saing UMKM, ada hal lain yang perlu diperhatikan yaitu pemasaran dengan teknologi informasi. Pemasaran melalui teknologi informasi menjadi trend di kalangan pelaku usaha. Hal ini dikarenakan kemajuan teknologi yang semakin pesat sehingga mendorong pelaku bisnis khususnya UMKM untuk memanfaatkan teknologi tersebut melalui online dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Pelaku bisnis tidak dapat menolak internet untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan. Jika terjadi penolakan maka UMKM akan kesulitan mengembangkan produk yang dihasilkan kepada konsumen yang membutuhkan.

Saat ini, bisnis online berkembang dengan cepat di kalangan masyarakat. Masyarakat secara tidak sadar menggunakannya dalam proses memenuhi kebutuhan mereka. Permintaan dalam memenuhi kebutuhan yang beragam dimanfaatkan oleh pelaku bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menyediakan layanan online. Pelaku bisnis berlomba-lomba untuk menarik konsumen tanpa harus berkeliling mencari serta membayar jasa marketing dalam memasarkan produknya. Mereka hanya membutuhkan beberapa jaringan internet untuk terkoneksi dengan beberapa konsumen yang membutuhkan produk yang kita hasilkan. Penggunaan internet ini diyakini dapat meningkatkan omzet penjualan serta kemudahan dalam bertransaksi jual beli.

Memanfaatkan *e-commerce* atau yang sering disebut internet membuat para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang ada di Kota Metro harus bekerja keras. Menurut Turban (2012) *e-commerce* adalah proses membeli, menjual, mengirim, atau menukar produk dan jasa serta informasi melalui jaringan komputer yang sebagian besar adalah internet. Pelaku bisnis merasa keberatan dengan bisnis online tetapi lambat laun pelaku harus berani mengambil resiko untuk terjun langsung di dunia maya (online). Keberanian untuk memanfaatkan *e-commerce* atau internet belum dirasakan oleh semua UMKM di Kota Metro. Dari berbagai permasalahan yang terjadi, penulis tertarik untuk melakukan kajian serta penelitian lebih lanjut untuk melihat pengaruh dari kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* melalui penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Sumber Daya Manusia, Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Metro”**.

Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia merupakan hal yang penting dan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi maupun usaha. Sumber daya manusia juga sebagai penentu dari keberhasilan usaha sehingga banyak yang mendeskripsikan bahwa sumber daya manusia merupakan modal atau asset yang berharga dan tidak dapat dinilai tetapi dapat dilipatgandakan.

Pemanfaatan *E-commerce*

Pemanfaatan *E-commerce* merupakan merupakan cara, proses maupun perbuatan memanfaatkan jaringan komputer/internet untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa serta pelayanan yang diberikan baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran, maupun pengiriman dengan tujuan meningkatkan pendapatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menurut karakteristik masalah merupakan penelitian kausal komparatif (*causal comparative research*). Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian *ex post facto*, yaitu tipe penelitian terhadap data yang dikumpulkan setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa.

Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel yang mempengaruhi (variabel independen) (Nur Indriantoro & Bambang Supomo, 2012:27). Menurut Mudrajat Kuncoro, studi kausal komparatif berusaha mengamati alasan atau penyebab terjadinya sebuah fenomena yang diteliti. Dalam studi komparatif, seorang peneliti berusaha menjelaskan dan menentukan sebab atau alasan adanya perbedaan dalam perilaku atau status sekelompok individu. Dengan kata lain, setelah terlebih dahulu diketahui adanya perbedaan pada beberapa variabel, peneliti berusaha mengidentifikasi faktor utama yang menyebabkan perbedaan tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan data yang berbentuk angka atau persentase yang menunjukkan tingkat pengaruh kesiapan modal dan *e-commerce* dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kota Metro. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian survei. Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara) (Indriantoro dan Supomo, 2019: 152). Data primer dilakukan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode ini memerlukan beberapa cara dalam menunjang penelitian yaitu, observasi, wawancara dan pengumpulan data primer dengan menggunakan kuisioner. kualitas pelayanan demi meningkatkan omzet suatu perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen (Ghozali,2016).

Tabel 1. Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	7.267	2.654		2.738	.007
Sumber Daya Manusia (X1)	.692	.129	.697	5.364	.000
Kesiapan modal (X2)	.181	.180	.123	1.006	.317
<i>E-Commerce</i> (X3)	.065	.131	.042	.498	.220

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan hasil regresi pada tabel, maka persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 7,267 + 0,692X_1 + 0,181X_2 + 0,065X_3 \dots\dots\dots(1)$$

Interpretasinya :

- a. Nilai konstanta bernilai 7,267. Nilai tersebut menyatakan bahwa apabila variabel independen (Sumber Daya Manusia , Kesiapan modal , *E-Commerce*) dianggap konstan, maka Daya saing adalah sebesar 7,267.
- b. Koefisien regresi variabel Sumber Daya Manusia bernilai positif sebesar 0,692. Jika di naikan sebesar satu persen maka nilai koefisien regresi variabel Sumber Daya Manusia sebesar 0,692. Dengan catatan keberadaan variabel tersebut konstan (stabil).
- c. Koefisien regresi variabel Kesiapan modal bernilai positif sebesar 0,181. Jika di naikan sebesar satu persen maka nilai koefisien regresi variabel Kesiapan modal sebesar 0,181. Dengan catatan keberadaan variabel tersebut konstan (stabil).
- d. Koefisien regresi variabel *E-Commerce* bernilai positif sebesar 0,065. Jika di naikan sebesar satu persen maka nilai koefisien regresi variabel *E-Commerce* sebesar 0,065. Dengan catatan keberadaan variabel tersebut konstan (stabil)

Pembahasan

Pengaruh Sumber Daya Manusia (X_1) Terhadap Daya saing (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing UMKM. Sumber Daya Manusia merupakan hal yang penting dan tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi maupun usaha. Sumber daya manusia juga sebagai penentu dari keberhasilan usaha sehingga banyak yang mendeskripsikan bahwa sumber daya manusia merupakan modal atau asset yang berSumber Daya Manusia dan tidak dapat dinilai tetapi dapat dilipatgandakan. Kemampuan sumber daya manusia dapat dilihat dari latar belakang pendidikan, pengalaman serta keterampilan. Penelitian oleh Resdiana Novy Herdianti tahun 2014 yang berjudul “ Peran Sumber Daya Manusia yaitu Pemerintah dalam Pemanfaatan *E-Commerce* oleh UMKM Industri Kerajinan Perak Kotagede”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat peranan yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendorong pemanfaatan *E-Commerce* bagi pengembangan pengembangan UMKM industri perak di Kotagede.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kurangnya SDM yang terampil dalam memanfaatkan *E-Commerce*, masih belum terbukanya SDM akan teknologi baru, khawatir akan ketatnya persaingan dan resiko perdagangan online. Persamaan dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan *E-Commerce* dijadikan salah satu penentu persaingan ataupun daya saing UMKM industri perak di Kotagede.

Pengaruh Kesiapan modal (X₂) Terhadap Daya saing (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing. Sesuai dengan teori kesiapan modal dan daya saing oleh Porter (2010) menjelaskan adanya daya saing Industri Kecil Menengah diukur dengan menggunakan indeks yang dibentuk berdasarkan empat dimensi portir yang didalamnya terdapat sumber modal. Modal inilah yang dapat membantu dalam meningkatkan produksi dan omset penjualan sehingga pasar dapat merespon dengan baik hasil dari produksi dan pelayanan usaha kita. Dengan begitu, untuk membentuk daya saing yang cukup kuat diperlukan adanya kesiapan modal untuk melanjutkan keberlangsungan usaha.

Hasil penelitian diatas tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hendra Susanto (2015) berjudul “ Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015”. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa faktor modal merupakan faktor utama yang terkait dalam produksi serta modal usaha dalam meningkatkan daya saing di pasar bebas MEA. Dengan demikian berarti setiap kesiapan modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Adanya persaingan yang semakin tinggi dengan adanya beberapa kemunculan usaha baru di Kabupaten Sleman maka semakin tinggi pula kesiapan modal yang harus didapatkan untuk mendapatkan omset penjualan yang semakin baik. Begitu juga sebaliknya. Jadi, untuk meningkatkan daya saing UMKM perlu diperhatikan kesiapan modal yang ada di usaha mikro, kecil, dan menengah untuk menjalankan usaha dan mendapatkan omset penjualan melebihi target yang telah ditentukan

Pengaruh E-Commerce (X₃) Terhadap Daya saing (Y)

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing. Sesuai teori pemanfaatan e-commerce dan daya saing oleh Turban dan Humdiana (2006) bahwa pemanfaatan e-commerce dapat membantu beberapa bisnis kecil untuk bersaing dengan perusahaan besar dan juga meluaskan jangkauan ke seluruh daerah sehingga dapat meningkatkan manajemen pasokan dalam mempermudah jalannya usaha. Dengan demikian, adanya pelaku usaha yang memanfaatkan adanya perkembangan teknologi seperti e-commerce dapat memberikan nilai tambah dalam bersaing dengan para pelaku usaha lainnya

Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pebruati, Handayani, dan Zahroh (2012) berjudul “Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang). Hasil perhitungan statistik untuk variabel pemanfaatan IT menyebut nilai dari inner weight sebesar 0,697 dengan signifikansi 0,000 berarti nilai signifikansi ini mengindikasikan variabel tersebut signifikan.

Sumber Daya Manusia, kesiapan Modal dan *E-Commerce* Terhadap Daya Saing

Sumber Daya Manusia, kesiapan modal dan *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Daya saing Sesuai teori yang dikemukakan oleh Tambunan (2011) menyebutkan bahwa faktor penentu Daya Saing diantaranya terdapat ketersediaan modal dan ketersediaan teknologi. Selain itu, Porter (2010) juga menyebutkan ada beberapa dimensi yang akan berdampak terhadap kegiatan dan daya saing UMKM, diantaranya dimensi kondisi faktor yang didalamnya terdapat sumber ilmu pengetahuan dan ilmu teknologi juga sumber daya modal. Dengan adanya kesiapan modal dan adanya teknologi yang mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah akan memberikan nilai tambah dalam bersaing di pasar yang memiliki keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah lainnya.

Penelitian ini selaras dengan Hendra Susanto (2015) yang berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015.” Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa faktor permodalan merupakan faktor utama yang terkait dalam produksi dan modal usaha dalam meningkatkan daya saing di pasar bebas MEA 2015. Selain itu, penelitian menurut Pebruati,dkk (2012) yang berjudul “Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang)” menyebutkan bahwa penerimaan IT berpengaruh signifikan terhadap daya saing perusahaan. Hal ini berarti kesiapan modal dan pemanfaatan e-commerce sangat penting dalam mengembangkan daya saing UMKM. Kesiapan modal dan pemanfaatan e-commerce memiliki kontribusi sebesar 31,7% dan artinya masih ada faktor atau pengaruh lain yang mempengaruhi daya saing UMKM di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Sesuai dengan teori kesiapan modal, pemanfaatan e-commerce, dan daya saing yang dinyatakan oleh tambunan (2011) bahwa beberapa faktor diatas yang dapat dijadikan penentu daya saing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian mengenai Sumber Daya Manusia , Kesiapan modal , *E-Commerce* terhadap Daya saing, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Sumber Daya Manusia memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing. Kedua, kesiapan modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Daya saing. Ketiga, *e-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan sumber Daya Manusia , kesiapan modal dan *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Daya saing

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, dkk. (2002). *Daya Saing Daerah Konsep dan Pengukurannya di Indonesia*. Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2012). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Christanto, J. (2011). *Membangun Daya Saing Daerah melalui penciptaan Kompetensi Inti Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ellitan, L & Anatan, L. (2008). *Manajemen Operasi Konsep dan Aplikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Harefa, H.P. (2014). Analisis Strategi SWOT Terhadap Peningkatan Daya Saing Pada Swalayan Bersama. *Skripsi*. Medan: USU.
- Herdianti, R.N. (2014). Peran Pemerintah dalam Pemanfaatan *E-commerce* oleh UMKM Industri Kerajinan Perak Kotagede. *Thesis*. Yogyakarta. <http://www.kukm-esaunggul.com/jurnal/37-jurnal-ilmiah-penelitian-tentang-ukm20092010>
- Humdiana & Indrayani, E. (2006). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Indrianto, N & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.
- Irawan, H. (2008). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Irawan & Suparmoko. (2008). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE.
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, (Online), Vol.2 No.1.
- Javalgi, R dan Ramsey, R. 2001. Strategic Issue of E-commerce as an Alternative Global Distribution System, *International Marketing Review*. 18(4): 376-391.
- Jinling, Chang et all. (2009). Modeling E-Commerce Website Quality with Quality Function Deployment, *IEEE International Conference on Deployment e-Business Engineering*. 21-23 Oct. 2009.
- Jumingan. (2006). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2011). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Perpus UNY.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta : Erlangga.
- Masyita, R & Hanoum, S. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet Terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode Structural Equation Modelling. *Jurnal Teknik ITS Vol. 1, (Sept, 2012) ISSN: 2301-9271*.
- Maziyyah, Sukarsa, dan Made Asih. (2015). Mengatasi Heteroskedastisitas pada Regresi dengan Menggunakan Weightes Least Square. *E-Jurnal Matematika Vol. 4 (1), Januari 2015, pp. 20-25, ISSN: 2303-1751*.
- Muhardi. (2007). *Strategi Operasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nugroho, B.A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statustik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- O'Brien, J.A. (2006). *Pengantar Sistem Informasi*, Terj. Fitriasari, Dewi dan Deny Arnos Kwary. Jakarta: Salemba Empat.
- Pebruati, Handayani, dan Zahroh. (2012). Pengaruh Aplikasi Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Perusahaan (Studi Pada UKM Kota Malang). *Jurnal Provir Volume 7 No. 1, Hal : 14*.
- Porter, M.E. (2010). *Strategi Bersaing*. Terj. Sigit Suryanto. Kharisma Publishing Group: Tangerang.
- Purwanto, R.A & Sulistyastuti, D.R. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Prawirosentono, S. (2002). *Pengantar Bisnis Modern (studi Kasus Indoneia dan Analisis Kuantitatif)*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Slamet & Idrus, S.A. (2010). “Penerapan e-commerce Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Kecil & Menengah Yang Berdaya Saing Global”. *Penelitian Ilmu Pengetahuan Terapan LPP UIN*. Malang.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- _____. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Amus.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: Refika Aditama.
- Susanto, H. (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Batik di Kota Yogyakarta Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *University Research Colloquium 201*. ISSN 2407-9189.
- Tambunan, T. (2011). *Perekonomian Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Terzi, N. (2011). The Impact of E-commerce on International Trade and Employment. *Social and Behavior Sciences*, 24: 745-753.
- Trenawati, R. (2012). “Pengaruh Efektivitas Pengendalian Intern Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah di Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung”. *Prosiding Seminar Nasional*. Yogyakarta.
- Turban, Efraim, dkk. (2005). *Decision support systems and intelligent systems (system pendukung keputusan dan system cerdas)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ustadiyanto, R. (2001). *Framework e-commerce Edisi pertama*. Yogyakarta Penerbit Andi.
- Wardhani, R.S. & Agustina, Y. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Saing pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang”. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*. Surabaya.
- Wibisono, D. (2013). *Panduan Penyusunan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Bandung: Penerbit Andi.
- Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. (2009). *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management*. Jakarta: Salemba Empat.