

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi Indonesia di era digital saat ini didukung oleh berbagai sektor salah satunya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Adanya UMKM dapat mempercepat pemulihan perekonomian Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan rakyat karenanya perlu keberpihakan pemerintah dalam meningkatkan kinerja UMKM (Nurmala dkk, 2019). Oleh karena itu pemerintah memberikan perhatian besar pada sektor ini karena dianggap memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07% dan penyerapan 97,32% total tenaga kerja pada tahun 2021 (BPS, 2021).

Kemajuan teknologi digital menghadirkan perubahan signifikan bagi para pelaku usaha termasuk UMKM. Inovasi teknologi digital yang berkembang pesat, menampilkan tren pemasaran baru media berbasis *website* dan media sosial menawarkan platform yang mudah di akses dan gratis untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. UMKM dapat memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan usaha dan peningkatan penjualan hingga 100%, hanya dengan update promosi barang di akun media sosial yang mereka miliki, selain itu dengan munculnya keberadaan *online shop*, grup dagang online, platform *e-commerce*, dan model *e-business* lainnya menjadi bukti bahwa masyarakat saat ini menginginkan kemudahan dalam upaya mendapatkan apa yang diinginkan dengan cepat dan mudah.

Kota Bandar Lampung adalah kota sekaligus menjadi ibu kota di Provinsi Lampung terletak di wilayah strategis sebagai daerah transit perekonomian antar pulau Sumatera dan pulau Jawa sehingga menjadi kota yang menguntungkan untuk perdagangan, industri, dan pariwisata (Kompas, 2022). Hal ini juga diperkuat dengan keberadaan Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Lampung yang bergerak di bidang perekonomian dan merupakan sarana hubungan industrial selain itu APINDO menyediakan wadah bagi para pelaku usaha UMKM

di seluruh Indonesia khususnya di Kota Bandar Lampung untuk membantu pengembangan ekonomi masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM di Provinsi Lampung memiliki kemampuan yang cukup besar untuk berkembang dikarenakan terdapat beberapa potensi unggulan yaitu pada bidang kuliner, fashion, dan kerajinan. Berikut adalah data pertumbuhan UMKM di Provinsi Lampung berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Lampung Tahun 2019-2021 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Lampung Tahun 2019 - 2021

| No | Kabupaten/Kota | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------|---------------------|----------------|----------------|----------------|
| 1 | Bandar Lampung | 90.420 | 118.421 | 118.501 |
| 2 | Metro | 11.208 | 13.966 | 13.886 |
| 3 | Lampung Barat | 1.136 | 3.096 | 2.652 |
| 4 | Lampung Tengah | 514 | 2.748 | 3.079 |
| 5 | Tulang Bawang Barat | 1.221 | 1.790 | 2.890 |
| 6 | Pringsewu | 962 | 1.327 | 1.965 |
| 7 | Lampung Utara | 823 | 1.057 | 1.795 |
| 8 | Lampung Timur | 524 | 1.095 | 1.297 |
| 9 | Lampung Selatan | 824 | 947 | 1.089 |
| 10 | Mesuji | 541 | 896 | 1.259 |
| 11 | Pesawaran | 765 | 840 | 947 |
| 12 | Tulang Bawang | 508 | 779 | 858 |
| 13 | Tanggamus | 522 | 364 | 457 |
| 14 | Way Kanan | 391 | 230 | 324 |
| JUMLAH | | 110.359 | 147.556 | 150.999 |

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Lampung, 2021

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat dilihat bahwa data UMKM Provinsi Lampung dari tahun 2019 sampai 2021 mengalami peningkatan dapat dilihat pada tahun 2019 total jumlah UMKM sebanyak 110.359, kemudian tahun 2020 naik menjadi 147.556, dan pada tahun 2021 menjadi 150.999. Walaupun mengalami

peningkatan namun berdasarkan jumlah persentasi pertumbuhan mengalami penurunan, berdasarkan presentasi perbandingan antara tahun 2019-2020 persentasi pertumbuhan UMKM sebesar 25,21% angka ini kemudian turun menjadi 2,28% di tahun 2020 sampai dengan 2021. Penurunan ini diduga karena adanya pandemi covid-19 yang memberikan dampak signifikan terhadap sektor UMKM. Pembatasan sosial dan mobilitas yang diberlakukan selama pandemi membuat banyak UMKM mengalami penurunan omset dan bahkan terpaksa tutup. Meskipun mengalami perlambatan, UMKM tetap menjadi sektor penting dalam perekonomian Indonesia, adapun yang menjadi faktor penting lain dalam mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM adanya daya saing.

Menurut (Ernawati dan Siswanto, 2018) Daya saing merupakan hal yang penting dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha. Dengan adanya daya saing sebuah perusahaan bahkan UMKM akan mampu meningkatkan inovasi produk dan lainnya dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang terjadi. Daya saing juga memiliki sifat yang relatif dikarenakan untuk menentukannya perlu perbandingan artinya daya saing tergantung pada siapa pesaingnya bisa saja suatu waktu 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. Menurut (Abi dkk, 2022) Daya saing adalah kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas UMKM dan memperluas akses pasar. Dengan adanya daya saing UMKM akan mampu meningkatkan inovasi pada produk, pemanfaatan teknologi, peningkatan kemampuan manajemen, peningkatan akses permodalan dan peningkatan akses pasar. Berdasarkan berbagai konsep daya saing UMKM mengacu pada keunggulan untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk menghasilkan produk yang diterima oleh pasar serta menghasilkan pendapatan yang tinggi, kemampuan untuk tumbuh secara berkelanjutan dan mampu merespon perubahan pasar.

Menurut Setianingrum dalam (Malini, 2021) mengatakan bahwa masih banyak UMKM yang mengalami kebangkrutan yang diakibatkan oleh ketidakmampuan bersaing terhadap revolusi industri, oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa tidak semua pelaku UMKM mampu bersaing khususnya di

era perkembangan digital teknologi saat ini. Persaingan yang sangat kompetitif, cepat dan sulit untuk diprediksi mengharuskan semua pelaku UMKM melakukan perbaikan dan inovasi baru untuk meningkatkan daya saingnya. Persaingan bisnis dari meluasnya pasar tidak dapat ditolak tetapi harus dihadapi dengan cara memperkuat bisnis dan menciptakan bisnis berdaya saing, peningkatan daya saing juga membutuhkan Kerjasama dari semua aspek, akademisi, pemerintah dan pelaku usaha itu sendiri. Perkembangan teknologi informasi membawa dampak besar dalam dunia bisnis, selain mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dan informasi, teknologi informasi juga dimanfaatkan dalam kegiatan usaha atau bisnis. Perkembangan teknologi informasi menciptakan gaya hidup baru. Salah satu gaya hidup baru tersebut adalah belanja dan melakukan pemasaran usaha dengan memanfaatkan internet atau sering disebut dengan *e-commerce*.

E-commerce adalah proses transaksi jual beli atau pengiriman produk jasa atau informasi melalui jaringan internet. *E-commerce* merupakan hasil dari teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan cepat dan digunakan dalam proses seperti penukaran barang, jasa dan informasi melalui teknologi informasi seperti internet atau jaringan komputer menurut Simbolon dan Yusnita dalam (Romindo dan Jamaludin, 2019). *E-commerce* ini tumbuh dengan cepat dikalangan masyarakat, dengan adanya *e-commerce* pelaku bisnis hanya butuh jaringan internet untuk terhubung dengan para konsumen dan oleh karena itu usaha termasuk UMKM harus memiliki kemampuan untuk merespon dengan cepat sehingga dapat beradaptasi terhadap perubahan. Penggunaan *e-commerce* diyakini dapat meningkatkan omset penjualan dan kemudahan transaksi jual beli sehingga mampu mempertahankan daya saing usaha. Namun menurut (Simbolon dan Yusnita, 2023) menyatakan masalah yang sering terjadi dalam UMKM khususnya pelaku UMKM adalah mereka sering kesulitan dalam penggunaan *e-commerce* untuk memasarkan produknya akibat keterbatasan pengetahuan dan pemanfaatan teknologi.

Meskipun teknologi informasi khususnya *e-commerce* semakin maju, namun masih banyak pelaku usaha khususnya UMKM yang belum mampu memanfaatkan perkembangan tersebut. Pelaku usaha mikro, kecil dan menengah

sering kali beranggapan melakukan pemasaran menggunakan *e-commerce* memakan banyak biaya dan rumit, kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi khususnya *e-commerce* juga mengakibatkan para pelaku UMKM mengurungkan niat mereka dalam penggunaan *e-commerce*. Hal ini mengakibatkan ketertinggalan bagi UMKM. Oleh karena itu dalam perkembangan ini UMKM sebagai salah satu penopang perekonomian Indonesia harus mampu menjangkau perubahan tersebut. Menurut (Subiyanto, 2022) *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM.

Selain kurangnya pemanfaatan *e-commerce* masalah yang sering muncul dalam peningkatan daya saing usaha kecil menengah adalah modal. (Ratna Yasir dkk, 2022) juga menyatakan masalah yang paling sering dihadapi pelaku UMKM yaitu modal. Modal merupakan salah satu faktor yang berperan dalam menjalankan usaha walaupun rencana usaha telah disusun dengan baik dan benar maka hal itu tidak akan berarti jika tidak memiliki modal atau dana untuk memulainya (Tambunan, 2022). Menurut Louis dkk, (2021) mengungkapkan modal merupakan suatu yang baik dalam bentuk uang atau bentuk lainnya, modal 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.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kesiapan modal merujuk pada sejauh mana UMKM telah memiliki dan mampu mengelola berbagai bentuk modal baik secara finansial, manusia, fisik, sosial, dan lain-lain untuk menunjang operasional dalam pengembangan usaha. Kesiapan ini melibatkan lebih dari sekedar uang tetapi mencakup juga keterlampiran mengelola sumber daya dan kesiapan untuk menghadapi resikonya. Apabila kesiapan modal pada usahanya baik maka dapat membantu UMKM menjalankan bisnis lebih efektif, meningkatkan inovasi, dan beradaptasi dengan perubahan pasar agar dapat bersaing, berkembang, dan berkelanjutan di pasar. Selain itu kesiapan modal juga merupakan faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM karena saat ini kurangnya pengetahuan tentang kesiapan modal yang dimiliki para pelaku usaha mengakibatkan kurangnya inovasi dalam usaha sehingga menurunkan daya saing usaha. Usaha yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan pasar melalui harga dan

inovasi akan mengalami penurunan omset dan melemahkan daya saingnya, karena untuk dapat melakukan inovasi dan menyesuaikan pasar pelaku usaha harus mempunyai pengetahuan yang cukup tentang kesiapan modal sebelum memulai bisnis usahanya.

Kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan juga mengakibatkan para pelaku usaha tidak mampu menyiapkan modalnya dengan baik, para pelaku usaha cenderung lebih memilih mengembangkan modal sendiri dibandingkan harus mendapat dari pihak ketiga, hal ini dikarenakan proses untuk mendapatkan modal cenderung dianggap rumit dan panjang, serta jumlah yang didapat terbatas akibatnya para pelaku UMKM bergantung pada hasil penjualan dari produk yang dihasilkan untuk diputar kembali pada aktivitas produksi selanjutnya. (Simbolon dan Yusnita, 2023) menyatakan bahwa peningkatan daya saing UMKM terfokus pada masalah sumber daya manusia (SDM) dan permodalan, kurangnya SDM dan minimnya modal mengakibatkan terkendalanya pengembangan usaha sehingga menurunkan daya saing usaha. (Kariyani dan Meitriana, 2022) menyatakan modal berpengaruh terhadap daya saing UMKM.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat fenomena terkait kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing bagi UMKM yaitu keterbatasan serta kurangnya pengetahuan tentang modal mengakibatkan terkendalanya pengembangan usaha dan ketidakmampuan pelaku usaha UMKM dalam mengelola platform pemanfaatan *e-commerce* menjadi hambatan bagi UMKM untuk memanfaatkan *e-commerce* secara efektif yang mengakibatkan menurunnya daya saing usaha. Dari berbagai permasalahan dan perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk melihat pengaruh dari kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* melalui penelitian yang berjudul **PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP DAYA SAING UMKM DI KOTA BANDAR LAMPUNG.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Apakah kesiapan modal berpengaruh terhadap daya saing UMKM di Kota Bandar Lampung ?
- b. Apakah pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap daya saing UMKM di Kota Bandar Lampung ?
- c. Apakah kesiapan modal serta pemanfaatan *e-commerce* secara bersama-sama berpengaruh terhadap peningkatan daya saing di Kota Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kesiapan modal terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Bandar Lampung.
- b. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Bandar Lampung.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kesiapan modal dan pengaruh pemanfaatan *e-commerce* secara bersama-sama terhadap daya saing usaha mikro, kecil dan menengah di Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

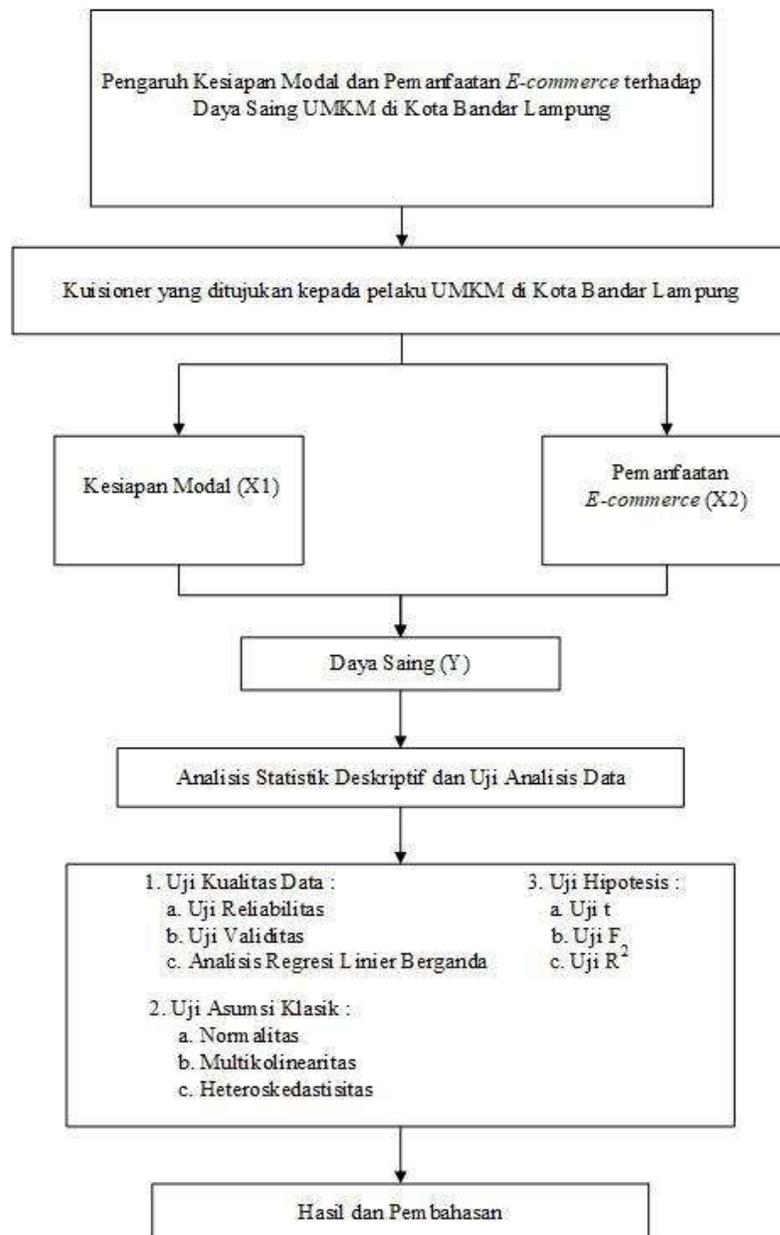
- a. Bagi Penulis
Dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan, referensi kepada penulis dan pembaca mengenai pengaruh pemanfaatan *e-commerce* dan kesiapan modal terhadap daya saing UMKM, dan dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya guna mengembangkan penelitian tentang akuntansi UMKM.
- b. Bagi Pelaku UMKM
Dapat memberikan pengetahuan dan penjelasan tentang pentingnya meningkatkan daya saing dengan pemahaman pemanfaatan *e-commerce* dan mempersiapkan modal yang akan digunakan dalam mengoperasikan bisnis.

c. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta referensi terhadap penelitian yang sejenis.

1.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian tersebut maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teori

2.1.1 *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991). TPB merupakan teori yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Menurut TPB, niat menjadi penentu utama dari perilaku seseorang, niat yang kuat akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk berperilaku sesuai dengan niatnya tersebut. TPB dikembangkan oleh Ajzen berdasarkan teori yang sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action*. TPB menambahkan satu faktor penentu niat yaitu *perceived behavioral control (PBC)* atau kontrol perilaku yang dirasakan. Dengan kata lain TPB menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu sikap artinya penilaian seseorang terhadap baik buruknya atau suka tidaknya mereka terhadap perilaku tersebut, norma subjektif artinya persepsi seseorang tentang apakah orang lain disekitarnya mengharapakan mereka melakukan perilaku tersebut dan yang terakhir yaitu kontrol perilaku yang dirasakan yaitu keyakinan seseorang tentang kemudahan atau kesulitan mereka dalam melakukan perilaku tersebut.

Hubungan teori ini dengan variabel kesiapan modal yaitu tentang sikap dimana UMKM yang merasa memiliki modal yang cukup itu penting dan menguntungkan untuk meningkatkan usahanya maka mereka akan termotivasi untuk mempersiapkan modalnya, dalam kata lain modal disini bukan hanya tentang uang tetapi kemampuan yang dimiliki seorang pengusaha untuk dapat berinovasi tentang produknya dan pemasaran yg baik. Selain itu hubungan TPB dengan variabel pemanfaatan *e-commerce* mengacu pada niat atau keinginan seseorang pelaku umkm dalam memanfaatkan platform *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas selain itu terkait dengan penerapan aplikasi dalam *e-commerce* yaitu dapat memprediksi perilaku pembelian artinya TPB dapat digunakan untuk memprediksi kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian online. Dengan menerapkan TPB bisnis online dapat mengembangkan

strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan keuntungan, serta UMKM dapat berdaya saing.

2.1.2 Daya Saing UMKM

a. Pengertian Daya Saing

Menurut (Muchayatin, 2021) menyatakan daya saing merupakan kemampuan yang dimiliki oleh individu, kelompok, perusahaan atau negara untuk digunakan bersaing dalam memberikan nilai lebih dibanding dengan pesaingnya. (Rakanita, 2019) juga menyatakan daya saing merupakan faktor penting dalam siklus perekonomian, khususnya dalam proses produksi barang dan jasa yang dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar, daya saing UMKM juga mengacu pada keunggulan untuk memanfaatkan sumber daya secara optimal menggunakan sumber daya guna menghasilkan produk yang diminati pasar, serta mencapai pendapatan yang maksimal, selain itu juga mencakup kemampuan untuk pertumbuhan berkelanjutan dan responsive terhadap perubahan pasar.

Daya saing dapat dibedakan dalam berbagai tingkatan. Daya saing nasional mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memasarkan produk yang dihasilkan negara terhadap kemampuan negara lain. Selain itu terdapat beberapa daya saing daerah yang mempunyai arti yang sama dengan daya saing nasional, namun pada skala daerah. Daya saing daerah adalah kemampuan perekonomian daerah dalam mencapai pertumbuhan tingkat kesejahteraan yang tinggi dan berkelanjutan dengan tetap terbuka pada persaingan domestik maupun internasional (Abdullah dkk, 2002).

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Daya Saing

Menurut (Sari dan Rosyidi, 2018) ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing yaitu:

1. Keunggulan Produk

Upaya penguatan keunggulan produk dapat dilakukan dengan upaya membina UMKM akan kesadaran dan penguatan branding produknya. Banyak diantara pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan tentang pentingnya branding produk, produk-produk UMKM banyak dijual secara curah tanpa ada merek. Hal ini tentunya membuat para konsumen ragu atau kurang berminat saat ingin membeli.

2. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan kekuatan bagi UMKM dalam melakukan proses produksi. Penguatan skill bagi para pekerja menjadi strategi dalam pengembangan daya saing UMKM diantaranya adalah pelatihan skill SDM serta pemberian motivasi para pekerja.

3. Pemasaran Secara IT

Ilmu teknologi pada saat ini mempengaruhi kelancaran usaha dikarenakan IT dapat memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan proses penjualan sehingga memperlancar pertumbuhan usaha dengan baik.

c. Indikator yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM

Daya saing dapat dipengaruhi oleh produk yang dihasilkan maupun perusahaan itu sendiri. Menurut (Harefa, 2014) indikator utama daya saing perusahaan terdiri dari berbagai hal, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan 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 mendeskripsikan bahwa sumber daya manusia merupakan modal atau asset yang berharga dan tidak dapat dinilai tetapi dapat dilipatgandakan. Kemampuan sumber daya manusia dapat dilihat dari latar belakang pendidikan, pengalaman, serta keterampilan.

2. Jenis Teknologi yang Digunakan

Setiap UMKM juga harus memperhatikan teknologi yang digunakan dalam memasarkan produk. Dengan begitu teknologi ini dapat dijangkau oleh masyarakat dari berbagai kalangan, dengan akses teknologi yang mudah, masyarakat akan menjadikannya sebagai aktivitas sehari-hari.

3. Lingkungan Pesaing

Dalam beberapa hal, tidak dapat dipungkiri bahwa usaha yang dijalankan tidak terlepas dari banyaknya pesaing yang memiliki kelebihan lainnya. lingkungan pesaing memberikan motivasi untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih berkualitas.

4. Kepuasan Konsumen

Konsumen merupakan aset berharga untuk meningkatkan kepercayaan terhadap produk yang digunakannya. Beberapa orang yang telah memberikan nilai tinggi pada kepuasan diyakini dapat meningkatkan omset penjualan juga dapat memberikan isu baik yang akan berdampak positif terhadap reputasi perusahaan.

5. Produktivitas

Produktivitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan sesuatu. UMKM diketahui memiliki produktivitas yang baik sehingga produk yang dihasilkan sangat berkualitas. Hal ini juga untuk mengatasi ketimpangan antar pelaku, antar golongan, pendapatan serta kualitas produk.

2.1.3 Definisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diatur Berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008. (Mulyani dkk, 2019) menyatakan definisi sebagai berikut:

1. Usaha Mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
2. Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil.

b. Ciri-ciri dan Karakteristik UMKM

Menurut (Mulyani dkk, 2019), ciri-ciri UMKM dapat dijelaskan berdasarkan kelompok usahannya, untuk usaha mikro umumnya dapat dicirikan sebagai berikut:

1. Belum melakukan manajemen atau pencatatan keuangan, sekalipun yang sederhana.
2. Pengusaha atau sumber daya manusia (SDM) nya rata-rata berpendidikan yang rendah dan kurang memiliki jiwa kewirausahaan.
3. Belum mengenal perbankan, tetapi lebih mengenal rentenir.
4. Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
5. Perputaran usaha umumnya cepat, mampu menyerap dana yang relatif besar. Dalam situasi krisis ekonomi, kegiatan usahanya tetap berjalan. Bahkan mampu berkembang karena biaya manajemennya yang relatif rendah.

Ciri-ciri usaha kecil diantaranya dapat ditunjukkan sebagai berikut:

1. Pada umumnya sudah melakukan pembukuan atau manajemen keuangan walaupun masih sederhana.
2. SDM-nya sudah lebih maju dan sudah memiliki pengalaman usaha.
3. Pada umumnya, sudah memiliki usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk NPWP.
4. Sebagian besar telah berhubungan dengan perbankan, tetapi belum mampu membuat *business planning*, studi kelayakan dan proposal kredit kepada bank.

Ciri-ciri usaha menengah sebagai berikut:

1. Pada umumnya telah memiliki manajemen dan organisasi yang baik, lebih lentur, bahkan lebih modern dengan pembagian tugas yang jelas antara bagian keuangan, pemasaran dan produksi.
2. Telah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi dengan teratur sehingga memudahkan pengauditan dan penilaian atau pemeriksaan, termasuk yang dilakukan oleh bank.
3. Sudah memiliki segala persyaratan legalitas, antara lain izin gangguan, izin usaha, izin tempat, NPWP, Upaya pengelolaan lingkungan dan lainnya.
4. Sudah sering bermitra dan memanfaatkan pendanaan yang ada di bank.
5. Kualitas SDM meningkat dengan penggunaan sarjana sebagai manajer.

Berikut adalah kriteria UMKM menurut UU Nomor 20 tahun 2008:

Tabel 2. Kriteria UMKM

| No | Usaha | Kriteria | |
|----|----------------|---------------------|--------------------|
| | | Asset | Omset |
| 1 | Usaha Mikro | Maksimal 50 Juta | Maksimal 300 Juta |
| 2 | Usaha Kecil | >50 Juta – 500 Juta | >300 Juta – 2,5 M |
| 3 | Usaha Menengah | >500 Juta – 10 M | >2,5 Milyar – 50 M |

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2016

c. Tantangan dan Permasalahan UMKM

Menurut (Simbolon dan Yusnita, 2023) terdapat banyak tantangan dan permasalahan dalam upaya mengembangkan UMKM terutama menyangkut keuangan, pembiayaan, manajemen serta produksi dan pemasaran, beberapa permasalahan yang biasa ditemukan di dalam UMKM diantaranya yaitu:

1. Manajemen

Manajemen berfungsi untuk memandu berbagai sumber ekonomi yang dimiliki supaya dengan sumber daya yang terbatas maka tujuan perusahaan dapat dicapai. Manajemen merupakan suatu keharusan bagi setiap perusahaan, termasuk UMKM. Dengan manajemen berbagai kekuatan yang dimiliki mampu dioptimalkan, berbagai kelemahan dan ancaman dapat diminimalisasi, dan pengusaha dapat menangkap kesempatan serta peluang yang ada guna mengembangkan kegiatan perusahaan, kelemahan UMKM yang selama ini terjadi disebabkan oleh tidak digunakannya prinsip-prinsip bisnis modern dalam kegiatan bisnisnya, dan segala sesuatunya dikerjakan dengan menggunakan cara tradisional.

2. Produksi dan Pemasaran

Produksi dan pemasaran juga menjadi permasalahan yang sering terjadi pada UMKM dikarenakan sebagai berikut:

- a. Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.

- b. Kurangnya pengetahuan atas pemasaran hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan informasi mengenai pasar sehingga mengakibatkan keterbatasan pengetahuan pada UMKM mengenai produk atau jasa yang diinginkan pasar.
- c. Keterbatasan sumber daya manusia dan sumber daya untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM).

3. Keuangan

Keuangan juga menjadi permasalahan yang sering terjadi pada UMKM dikarenakan sebagai berikut:

- a. Kurangnya modal kerja untuk menunjang aktivitas perusahaan dalam meningkatkan volume produksi dan biaya pemasaran
- b. Kurang memiliki pengetahuan tentang cara pengaksesan sumber keuangan terutama kredit usaha rakyat yang disalurkan perbankan
- c. Umumnya tidak mencatat laporan keuangan sehingga keuntungan usaha seringkali habis terkonsumsi dan hal inilah yang akan mengakibatkan terhentinya kegiatan usaha.

2.1.4 Pemanfaatan *E-commerce*

a. Pengertian Pemanfaatan *E-commerce*

Menurut (Puryono dkk, 2022) menyatakan *e-commerce* bisa diartikan sebagai proses pembelian, penjualan, transfer melalui internet. Istilah *e-commerce* juga diungkapkan oleh (Hasibuan dkk, 2023) yang menyatakan *e-commerce* merupakan istilah yang dipakai dalam memaknai transaksi barang ataupun jasa lewat sistem informasi yang menggunakan teknologi digital. Perkembangan teknologi pada era digital saat ini membawa banyak perubahan bagi dunia bisnis, para pelaku bisnis sering memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut demi merebut dan meningkatkan daya saingnya, hal ini dikarenakan tuntutan pasar untuk memberikan pelayanan yang maksimal bagi para konsumennya. Dari berbagai pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan pembelian dan penjualan produk, jasa, maupun informasi dengan menggunakan jaringan internet.

Pemanfaatan *e-commerce* merupakan cara maupun proses pemanfaatan jaringan internet ataupun komputer untuk melaksanakan transaksi penjualan atau

pembelian produk barang atau jasa serta informasi yang diberikan, baik itu dalam bentuk pemasaran, pembayaran maupun pengiriman dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan. Pemanfaatan yang dimaksud dalam hal ini adalah pemanfaatan teknologi berbasis *e-commerce* dalam proses bisnis untuk merebut pasar melalui cara-cara yang dapat menarik konsumen.

E-commerce atau yang kita kenal dengan penjualan atau pembelian online ini merupakan hal yang tidak asing dalam usaha mikro, kecil, dan menengah, dengan penggunaan *e-commerce* para pelaku usaha akan lebih mudah mendeteksi dan mengetahui kepuasan konsumen. *E-commerce* sendiri meliputi seluruh proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, dan pembayaran untuk berbagai produk atau jasa yang dijual belikan dengan dukungan jaringan.

b. Indikator *e-commerce*

Menurut Nuray Terzi dalam (Simbolon dan Yusnita, 2023) ada berbagai indikator pemanfaatan *e-commerce* yang di yakini dapat meningkatkan daya saing yaitu:

1. Akses Internet

Kecepatan akses internet memberikan nilai lebih bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing. Hal ini dikarenakan dengan akses yang cepat konsumen akan tertarik dengan pelayanan dan dapat menumbuhkan rasa kepuasan.

2. Kemudahan Informasi

Dengan kemajuan teknologi, informasi yang diberikan akan semakin banyak sehingga sumber daya manusia dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk memahami *e-commerce* dan memberikan inovasi-inovasi yang lebih menarik.

3. Kemampuan Sumber Daya Manusia

Perkembangan yang menitik beratkan pada teknologi menjadikan sumber daya manusia tidak hanya dituntut dalam pengoprasian tetapi juga pemanfaatan sejumlah besar teknologi informasi untuk memenuhi permintaan konsumen dan proses produksi.

4. Tanggung Jawab Manajerial

Dalam membangun daya saing, tanggung jawab manajerial diperlukan untuk menjaga dan memberikan keputusan terkait proses bisnis yang akan dijalankan.

c. Model *e-commerce*

Seiring perkembangan teknologi informasi yang terjadi dalam bisnis penggunaan aplikasi *e-commerce* telah merambah ke segala sisi dalam bisnis termasuk dalam UMKM, penggunaan *e-commerce* dalam bidang penjualan pada beberapa tahun terakhir berkembang dengan sangat cepat, dengan adanya internet menciptakan kemudahan bagi proses penjualan, pembayaran dan pengiriman barang ataupun jasa dimanapun tanpa terkait ruang dan waktu.

E-commerce sangat erat kaitannya dengan transaksi bisnis secara digital dengan menggunakan *website* yang mempermudah transaksi komersial antar organisasi, antar organisasi dengan individu, selain itu *e-commerce* juga memiliki beberapa model diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Business-To-Business* (B2B) merupakan jenis *e-commerce* yang dilakukan antar perusahaan dengan perusahaan dan kebanyakan pedagang tradisional lebih sering menggunakan jenis ini.
2. *Business-To-Consumer* (B2C) merupakan perdagangan antar perusahaan dan konsumen. B2C merupakan bentuk kedua terbesar dari *e-commerce*. Penjualan dilakukan secara eceran dari perusahaan langsung ke konsumen akhir.
3. *Consumer-To-Consumer* (C2C) merupakan perdagangan antar individu dengan konsumen atau melibatkan konsumen yang menjual secara langsung ke konsumen.

Dari ketiga jenis *e-commerce* di atas, jenis *e-commerce* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah B2C (*Business To Consumer*). B2C merupakan model atau jenis *e-commerce* dengan melibatkan organisasi bisnis sebagai penyelenggara sistem *e-commerce* dengan pelanggannya. B2C merupakan usaha dengan cara melakukan kegiatan penayangan bisnis untuk para pelanggannya, pelanggan akan mengunjungi *website* organisasi untuk membeli produk atau jasa yang disediakan.

2.1.5 Kesiapan Modal

a. Pengertian kesiapan modal

Menurut (Louis dkk, 2021) dalam dunia bisnis, kesiapan modal merupakan hal yang harus dicapai oleh manajemen untuk keberlangsungan usahanya. Hasil dari usaha yang baik akan sangat membantu perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas artinya secara keseluruhan ciri suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Sedangkan, modal menurut Simajuntak dalam (Simbolon dan Yusnita, 2023) merupakan harta kekayaan yang ditanamkan oleh pemilik perusahaan kedalam perusahaan yang dimilikinya. Modal berasal dari investasi pemilik dan hasil usaha yang ditahan. Dari pengertian kesiapan modal dan modal yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa kesiapan modal merupakan suatu kemampuan pada kondisi tertentu untuk mendapatkan hasil usaha yang lebih baik sehingga mampu melakukan produksi selanjutnya.

b. Macam-macam modal

Menurut Kasmir dalam (Louis dkk, 2021) terdapat beberapa jenis modal yang dapat digunakan dalam kegiatan usaha, pada dasarnya kebutuhan modal untuk melakukan usaha sendiri terdiri dari modal investasi dan modal kerja. Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang, kegunaanya adalah untuk pembelian aktiva tetap seperti tanah, bangunan, atau gedung, mesin, peralatan, kendaraan dan sebagainya, sementara modal kerja digunakan untuk membiayai operasional perusahaan saat beroperasi, modal kerja ini misalnya digunakan untuk membayar gaji karyawan, pembelian bahan baku dan biaya lainnya.

c. Indikator kesiapan modal

Menurut Endang Purwanti dalam (Kariyani dan Meitriana, 2022), indikator modal usaha adalah sebagai berikut:

1. Modal sebagai syarat untuk usaha

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha, tanpa modal usaha setiap perusahaan akan kesulitan untuk melaksanakan kegiatan

operasionalnya. Oleh karena itu dibutuhkan sejumlah dana sebagai syarat terbentuknya usaha.

2. Pemanfaatan modal tambahan

Dana yang diperoleh perusahaan penting, begitupun jika perusahaan dapat menerima tambahan dana sehingga dapat meningkatkan kegiatan produksinya.

3. Besar modal

Besar kecilnya modal akan mempengaruhi besar kecilnya kegiatan operasional perusahaan serta mempengaruhi pendapatan perusahaan dikarenakan modal merupakan faktor usaha yang harus dimiliki perusahaan sebelum melaksanakan kegiatan operasi.

4. Kualitas sumber daya manusia

Kualitas sumber daya manusia dapat dilihat dari tingkat pendidikan, kemampuan menyelesaikan masalah kepada konsumen serta pengalaman.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti sebagai bahan referensi bagi penelitian yang akan dilakukan. Adapun penelitian-penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti (Tahun) | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Metode Penelitian | Hasil dan Kesimpulan | |
|----|-------------------------------|---|--|--|--|---|
| 1 | Ernawati dan Siswanto, (2018) | Pengaruh Modal Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Daya Saing UMKM di Sleman Yogyakarta | Kesiapan dan <i>E-commerce</i> terhadap UMKM | Y: Daya Saing X ₁ : Kesiapan Modal X ₂ : Pemanfaatan <i>E-commerce</i> | Metode Kuantitatif Deskriptif dan pengambilan data menggunakan Teknik Purposive Sampling | Hasil penelitian ini menyatakan Kesiapan modal berpengaruh terhadap Daya Saing, Pemanfaatan <i>E-commerce</i> berpengaruh terhadap Daya Saing dan Kesiapan modal dan Pemanfaatan <i>E-commerce</i> secara bersama-sama berpengaruh terhadap Daya Saing. |

Tabel 3. (lanjutan)

| No | Nama Peneliti (Tahun) | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Metode Penelitian | Hasil dan Kesimpulan |
|----|-------------------------|--|--|---|--|
| 2 | Rakanita, (2019) | Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak | X: Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Y: Daya Saing | Metode Kuantitatif Deskriptif dan pengambilan data menggunakan Teknik Purposive Sampling | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Pemanfaatan <i>E-commerce</i> berpengaruh terhadap Daya Saing |
| 3 | Ratna Yasir dkk, (2022) | Pengaruh Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas terhadap peningkatan Daya Saing UMKM di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo | X ₁ : Modal X ₂ : Digitalisasi Informasi X ₃ : Kreativitas Y: Daya Saing UMKM | Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan Kuesioner | Hasil Penelitian ini mengatakan modal tidak berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM, variabel Digitalisasi Informasi tidak berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM, Variabel Kreativitas berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM dan variabel Modal, Digitalisasi Informasi dan Kreativitas berpengaruh terhadap Daya Saing |
| 4 | Louis dkk, (2021) | Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Terhadap Daya Saing UMKM dengan Kebijakan Pemerintah sebagai Variabel Pemoderasi | X ₁ : Kesiapan Modal X ₂ : Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Y ₁ : Daya Saing UMKM Y ₂ : Kebijakan Pemerintah | Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan pengambilan data menggunakan metode Purposive Sampling | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Kesiapan Modal berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM, Pemanfaatan <i>E-commerce</i> berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM, dan Kebijakan Pemerintah memperkuat Pengaruh |

Tabel 3. (lanjutan)

| No | Nama Peneliti (Tahun) | Judul Penelitian | Variabel Penelitian | Metode Penelitian | Hasil dan Kesimpulan |
|----|------------------------------|---|---|--|--|
| | | | | | Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM |
| 5 | Simbolon dan Yusnita, (2023) | Pengaruh Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dan Kesiapan Modal Terhadap Daya Saing UMKM di Kota Medan | X ₁ : Pemanfaatan <i>E-commerce</i> X ₂ : Kesiapan Modal Y: Daya Saing UMKM | Metode Kuantitatif sdengan pengambilan data menggunakan metode Purposive Sampling | Hasil penelitian menunjukan Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dan Kesiapan Modal berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM di Kota Medan |
| 6 | Sholeh dan Suhardi, (2023) | Pemanfaatan <i>E-commerce</i> dalam meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Gempol Kecamatan Pusakanegara Kabupaten Subang | X: Pemanfaatan <i>E-commerce</i> Y: Daya Saing | Metode Deskriptif dengan analisis kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan Teknik Purposive Sampling | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Pemanfaatan <i>E-commerce</i> berpengaruh terhadap Daya Saing karena dapat meningkatkan pendapatan serta membuat UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas |

Terdapat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ernawati dan Siswanto, 2018), lebih memfokuskan pada kesiapan modal berupa sumber daya manusia, sedangkan pada penelitian sekarang kesiapan modal tidak hanya berfokus pada uang tetapi juga kemampuan sumber daya manusia kemudian adanya perbedaan lokasi penelitian yang dapat mempengaruhi hasil dan relevansi temuan.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM

Kesiapan modal adalah suatu titik kematangan untuk dapat menerima dan memberikan respon dalam proses usaha untuk menghasilkan keuntungan guna

menjalankan kegiatan produksi selanjutnya (Ernawati dan Siswanto, 2018). Kesiapan modal tidak terbatas dengan materi saja tetapi adanya keahlian dan keyakinan dalam menjalankan suatu usaha. Hubungan variabel kesiapan modal dengan theory of planned behavior (TPB) yaitu dapat mempengaruhi sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan oleh seorang pengusaha yang pada akhirnya akan berdampak pada keputusan dan tindakan yang diambilnya, dengan memahami hal tersebut dapat merancang intervensi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh (Louis dkk, 2021) hasil penelitiannya menyatakan bahwa kesiapan modal berpengaruh terhadap daya saing UMKM dan (Simbolon dan Yusnita, 2023) juga membuktikan bahwa kesiapan modal berpengaruh terhadap daya saing UMKM dikarenakan kesiapan modal adalah fondasi yang kuat bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang, dengan modal yang memadai, UMKM dapat melakukan berbagai investasi yang diperlukan guna meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, dan jangkauan pasar yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing UMKM dan memungkinkan untuk bersaing dengan perusahaan besar.

H₁ : Kesiapan modal berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM.

2.3.2 Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Daya Saing UMKM

Pemanfaatan *e-commerce* merupakan cara atau proses penggunaan jaringan internet ataupun komputer untuk melaksanakan transaksi penjualan atau pembelian produk barang, jasa serta informasi yang diberikan, baik itu dalam bentuk pemasaran, pembayaran maupun pengiriman dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan. Semakin baik pelaku UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk proses bisnisnya, maka akan semakin baik pula daya saing yang dibentuk. Begitupun sebaliknya jika semakin sedikit UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk proses usaha, maka UMKM tidak akan mampu menyaingi pesaingnya yang berarti daya saing menurun (Simbolon dan Yusnita, 2023). Hubungan antara teori *Planned of Behavior* (TPB) yaitu teori ini menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat atau perilaku seseorang dalam mengambil suatu tindakan atau keputusan yang berarti teori ini dapat memprediksi perilaku konsumen dalam penggunaan *e-commerce*. Selain itu

dengan menerapkan TPB bisnis online dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan dapat meningkatkan keuntungan sehingga UMKM dapat berdaya saing.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sholeh dan Suhardi, 2023) menyatakan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap daya saing UMKM dan menurut (Rakanita, 2019) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap daya saing UMKM

H₂ : Pemanfaatan *E-commerce* berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM.

2.3.3 Pengaruh Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Daya Saing UMKM

Pemanfaatan *E-commerce* dan kesiapan modal menjadi sangat penting dalam peningkatan daya saing UMKM. Pemanfaatan *e-commerce* memiliki fleksibilitas dalam proses produksi serta memberi informasi secara cepat sehingga mampu menghemat waktu dan ruang dan mampu menarik ketertarikan pelanggan dan kesiapan modal para pelaku UMKM akan membantu proses bisnis mulai dari pembelian bahan baku sampai dengan proses penjualan produk, sebab modal merupakan penggerak utama dalam proses usaha. Berdasarkan seluruh uraian mengenai kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap daya saing UMKM maka penulis mengajukan hipotesis penelitian bahwa kesiapan modal dan pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap daya saing UMKM. Maka hipotesis yang didapatkan dari penelitian ini adalah:

H₃ : Kesiapan Modal dan Pemanfaatan *E-commerce* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Daya Saing UMKM.