

**PENGARUH KESIAPAN MODAL DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE
TERHADAP DAYA SAING UMKM DENGAN KEBIJAKAN
PEMERINTAH SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(Studi pada UMKM di Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar)**

Louis Evin E. B¹⁾, Kamaliah²⁾, Aunurrafiq²⁾

1) Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

Email : louisbakara@gmail.com

Effect of Capital Readiness and Utilization of E-Commerce on The Competitiveness of MSMEs with Government Policy as a Moderating Variable

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Capital Readiness and Utilization of E-Commerce on the competitiveness of MSMEs. This study also aims to analyze the moderation role of Government Policy from Capital Readiness and E-Commerce Utilization to MSME Competitiveness. The data acquisition was done using questionnaire method where researchers directly gave some questions to respondents. The total sample in this study was 78 MSME actors registered with the Kampar District Cooperative and MSMEs Office. Data management techniques in this study using multiple linear analysis methods and Moderated Regression Analysis (MRA) with SPSS 25. The results of this study show that the readiness of capital and utilization of E-Commerce affects the competitiveness of MSMEs where with strong capital and good utilization of E-Commerce, it will increase the competitiveness of msmes. In addition, this study also determined that the Government Policy moderates the influence of Capital readiness and Utilization of E-Commerce on the Competitiveness of MSMEs where the Government has also issued several regulations to assist MSMEs in developing their business, especially in capital and the use of E-Commerce.

Keywords: Capital Readiness, Utilization of E-Commerce, Competitiveness of MSMEs, Government Policy

PENDAHULUAN

Berkembangnya suatu zaman tidak akan pernah lepas dari dunia bisnis. Bisnis yang semakin hari semakin diminati yaitu berupa membentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM mampu menjadikan perekonomian suatu daerah semakin membaik termasuk daerah Kabupaten Kampar, Riau.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa

krisis, serta menjadi dinamisor pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantun upaya mengurangi pengangguran.

Kabupaten Kampar adalah salah satu kabupaten di Provinsi Riau, Indonesia. Disamping julukan bumi sarimadu, Kabupaten Kampar yang beribu kota di Bangkinang ini juga dikenal dengan julukan *Serambi Mekkah* di Provinsi Riau. Kabupaten ini

memiliki luas 11.289,28 km² atau 12,2% dari luas Provinsi Riau dan berpenduduk 851.837 jiwa.

Kabupaten Kampar sebagai kabupaten yang memiliki iklim bisnis tinggi juga memiliki perkembangan UMKM yang cukup baik. Data Diskop dan UKM Riau menyebutkan, jumlah UMKM di Kabupaten Kampar merupakan jumlah terbesar kedua setelah Kota Pekanbaru, yakni sebanyak 6814 UMKM per 31 Maret 2020.

Data UMKM tersebut sangat berguna untuk pengelompokan UMKM sesuai dengan bidangnya dan guna mengetahui lebih detail pertumbuhan UMKM di Pekanbaru. Disamping juga bisa dijadikan sebagai rekomendasi bagi BUMN untuk memberikan pinjaman lunak kepada para pengelola UMKM. Angka diatas terus meningkat seiring dengan geliat perkembangan pembangunan Kabupaten Kampar yang semakin maju.

Kepala dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Riau, Indra Bangsawan mengungkapkan saat ini perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Riau terus meningkat. Bahkan dari data yang diperoleh perkembangan UMKM di Riau mencapai 7 persen setiap tahunnya. Indra berharap agar pemerintah Kabupaten/kota yang ada di Riau terus melakukan pembinaan untuk mengembangkan usahanya. " Misalnya pedagang kaki lima jangan ada istilah pengurusan lagi tapi penataan sehingga pedagang kaki lima juga tidak merasa cemas tidak mendapatkan tempat berjualan." Tuturnya.

(www.halloriau.com). Hal ini mencerminkan bahwa persaingan di dunia UMKM Kabupaten Kampar semakin lama semakin ketat, dimana dibutuhkannya terobosan-terobosan baru dalam menjaga kualitas UMKM-nya.

Untuk fenomena Kabupaten Kampar sendiri, Sebanyak 52 kelompok pengerajin atau pandai besi di Rumbio Jaya, Kabupaten memerlukan

modal kerja. Sejak dulu, daerah ini memang dikenal sebagai gudangnya pengerajin besi. Namun sayangnya, kelompok pandai besi ini belum terkoodinir secara maksimal. Saat ini mereka sangat membutuhkan suntikan dana untuk modal kerja. Tetapi untuk mendapatkan dana pinjaman itu sangat sulit karena mereka belum memiliki koperasi yang berbadan hukum.

Di segi pembinaan sudah kita lakukan, namun untuk bantuan modal, kita sudah usulkan ke memperindag. Namun begitu tim turun, mereka menyarankan agar pandai besi membuat koperasi. Karena untuk mendapatkan bantuan pemerintah, harus ada berupa badan hukum, seperti koperasi. Ungkap Kepala dinas perindustrian dan perdagangan Kampar melalui Kasupdin Perindustrian Marjoko.

Untuk itu ia menyarankan agar usaha pandai besi di Rumbio Jaya membuat koperasi agar bias mendapatkan bantuan dari pemerintah pusat. Kita akan berkoordinasi dengan Dinas Koperasi, agar mengadakan sosialisasi. Jika mereka mau, kita akan membantu mengurus koperasinya. Jika tidak mau, tentu kita tidak bias memaksakan, jelasnya.

Yang jelas, karena tidak adanya wadah koperasi itu, usaha pandai besi sulit berkembang dan berjalan seadanya. Padahal, pemasaran usaha pandai besi Rumbio Jaya disamping dijual di pasar tradisional Bangkinang dan pasar tradisional lainnya, juga sampai ke taluk kuantan dan Dumai. (www.riauterkini.com).

Dan juga apabila kita berkaca pada kondisi sekarang dimana mewabahnya pandemi Covid-19 memukul hampir seluruh sektor. Namun, pelaku UMKM menjadi pihak yang dinilai terpukul paling telak. Presiden Komisaris Sea Group, Pandu P. Sjahrir menyebutkan ada 3 tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM selama masa pandemi Covid-19 mewabah di tanah air. Tantangan

pertama adalah dari segi pasokan dimana banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku. Kedua adalah masalah Cashflow. Banyak Pelaku UMKM yang merasakan pendapatannya menurun akibat tidak adanya pelanggan yang membeli produk semenjak PSBB dan *physical distancing* diberlakukan. Tantangan ketiga yaitu anjloknya permintaan akan barang yang dijual UMKM dimana semenjak ada pandemi membuat kebutuhan para konsumen berubah.

Sementara menurut Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki mengatakan hal yang serupa. Ia menyebut keadaan UMKM saat ini sangat berbeda dengan pada saat krisis 1998, dimana pelaku UMKM lah yang paling banyak terdampak baik dari segi *demand* maupun dari segi tersedianya bahan baku.

Usaha Mikro Kecil Menengah juga berperan sebagai salah satu sumber penting bagi pertumbuhan ekonomi dan ekspor non-migas yang secara langsung turut menciptakan pendapatan masyarakat. Secara Mikro ekonomi UMKM keberadaannya sangat fluktuatif, hal ini dapat terjadi karena pergeseran sektor usaha guna mengikuti pangsa pasar yang ada karena memiliki permodalan yang belum mapan. Oleh karena itu, pertumbuhan UMKM sangat sulit untuk terdeteksi. Secara makro ekonomi perkembangan UMKM selalu menunjukkan peningkatan.

Selain itu, UMKM juga mampu menyediakan lapangan kerja sebesar 97,2% dari total lapangan kerja yang tersedia dan menyumbangkan sekitar 56,5% pembentukan Produk Domestik Bruto pada tahun 2015. Tidak hanya itu, dalam perspektif global diakui bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah mampu bertahan menggerakkan ekonomi kerakyatan meskipun 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.

Kunci keberhasilan usaha mikro, kecil dan menengah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UMKM. Sementara itu kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran adalah orientasi pasar rendah, lemah dalam persaingan yang kompleks dan tajam serta tidak memadainya infrastruktur pemasaran. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, penguasaan pasar merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, peran pemerintah diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis web yang dapat digunakan sebagai media komunikasi bisnis global.

Daya saing merupakan hal yang penting dalam menjalankan suatu bisnis/usaha. Adanya daya saing UMKM akan mampu memacu keluarnya inovasi produk dan lainnya dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang akan terjadi. Daya saing memiliki sifat yang relatif 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.

Menurut Tulus T. Tambunan (2011) menjelaskan bahwa daya saing adalah konsep secara umum yang digunakan dalam ekonomi yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar artinya pelaku usaha memiliki kemampuan dalam

bersaing mempertahankan produk yang dihasilkan di pasaran. Dengan kata lain daya saing dapat diartikan kemampuan sesuatu atau seseorang untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara entitas sejenis dalam lingkungan yang sama.

Sesuai Survey yang dilakukan kepada UMKM di daerah Kabupaten Kampar, 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. 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.

Adanya persaingan tentu membuat usaha mikro, kecil, dan menengah harus mempersiapkan modal yang akan dijadikan peran penting dalam memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada pada 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. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan adanya kesiapan modal akan mempengaruhi aktivitas produksi dan aktivitas bisnis lainnya sehingga membuat usaha mikro, kecil, dan menengah secara tidak

langsung tidak dapat merebut pasar dengan barang dan jasa yang ditawarkan. Lambat laun UMKM akan mengalami penurunan omset.

Menurut kamus psikologi kesiapan (*readliness*) adalah suatu titik kematangan untuk menerima dan mempraktekkan tingkah laku tertentu. Menurut ahli ekonomi, modal adalah kekayaan perusahaan yang dapat digunakan dalam kegiatan produksi selanjutnya. Modal merupakan suatu yang baik dalam bentuk uang atau bentuk lainnya yang digunakan dalam proses usaha untuk mencapai dan menghasilkan tujuan perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan. Dari pengertian tersebut, bahwa pengertian dari kesiapan modal adalah suatu titik kematangan untuk dapat menerima dan memberikan respon dalam proses usaha untuk menghasilkan keuntungan guna menjalankan kegiatan produksi selanjutnya.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan Resdiana dan Gabriel menjelaskan adanya peningkatan daya saing UMKM terfokus pada masalah permodalan dan SDM. Selain itu, berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan 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 perkembangan usaha pelaku UMKM adalah miminya modal. Hal ini juga dirasakan masyarakat UMKM Kabupaten Kampar dimana banyaknya persyaratan administrasi untuk memperoleh pinjaman modal di bank, sehingga mengharuskan untuk mencari alternatif lain untuk memperoleh pinjaman modal yang biasanya dari rentenir sehingga membutuhkan manajemen yang baik untuk mengelolah keuangan UMKM.

Faktor lain yang mempengaruhi daya saing UMKM adalah penggunaan teknologi masa kini seperti internet yang

masih minim. Pemanfaatan internet sekarang ini juga telah berkembang dalam berbagai aspek. Pemanfaatan internet untuk kegiatan usaha disebut juga dengan E-commerce. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara online bisa meliputi pemasaran, promosi, public relation, transaksi, pembayaran dan penjadwalan pengiriman barang, serta masih sangat terbuka kemungkinan inovasi-inovasi kegiatan bisnis online seiring dengan perkembangan teknologi e-commerce itu sendiri. Sementara di masa pandemi seperti sekarang ini, pelaku UMKM semakin dituntut untuk lebih giat dalam penggunaan *e-commerce* agar mampu bertahan untuk tetap bersaing dalam memasarkan produknya dengan pelaku UMKM yang lain.

Sarana E-Commerce yang sering digunakan pelaku UMKM adalah e-mail dan website. E-mail atau *electronic mail* adalah sarana komunikasi yang menggantikan proses surat-menyurat antara perusahaan dengan pembeli. Pengiriman catalog atau negosiasi harga dapat dilakukan dengan lebih murah dan cepat. Selain itu, perusahaan dapat melakukan penghematan karena semua proses surat-menyurat tidak memerlukan kertas hanya berupa file komputer. Website pelaku UMKM berfungsi sebagai pengganti toko atau showroom, bagi perusahaan UMKM.

Menurut penelitian Nuryanti (2013), untuk meningkatkan daya saing UMKM serta untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan *information technology*, utamanya *e-commerce*. Tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Perlu dilakukan pengembangan *website* dan *e-commerce* sebagai sarana untuk

promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah tersebut.

Persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi dan taktik bisnisnya. Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak transformatif yang menciptakan paradigma baru dalam berbisnis berupa internet marketing. Istilah investasi mengacu kepada proses sebuah pelaku UMKM terlibat dalam aktivitas-aktivitas bisnis secara elektronik khususnya dengan memanfaatkan internet sebagai media, pasar, maupun infrastruktur penunjang.

Di Indonesia, sejak awal periode baru hingga saat ini terus melakukan upaya-upaya pengembangan UMKM dengan berbagai program kebijakan pemerintah. Guna mengatasi permasalahan permodalan UMKM, pemerintah memberikan dukungan fasilitas pembiayaan yang berasal dari perbankan. Dukungan pemberdayaan UMKM dilaksanakan melalui alokasi anggaran pemberian jaminan kredit dalam program KUR. Data Kementerian keuangan menyebutkan bahwa sejak November 2007 sampai dengan November 2014, jumlah KUR yang berhasil disalurkan mencapai Rp. 159,2 Triliun kepada 12.145.201 Debitur. (www.kemenkeu.go.id).

Program KUR berhasil meningkatkan akses UMKM terhadap fasilitas pembiayaan perbankan. Data Bank Indonesia yang dirilis BPS menunjukkan perkembangan kredit UMKM pada Bank Umum mengalami peningkatan. Pada tahun 2012, kredit sektor UMKM sebesar Rp. 526,3 Triliun, meningkat menjadi Rp. 671,7 Triliun pada Tahun 2014. Penggunaan kredit bank tersebut sebagian besar, 73 persen digunakan untuk tambahan

modal kerja, sementara sisanya digunakan untuk kegiatan investasi.

Untuk membantu para pelaku UMKM bertahan di masa pandemi Covid-19 sekarang ini, pemerintah juga banyak mengeluarkan peraturan-peraturan maupun kebijakan. Salah satunya adalah dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 1 Tahun 2020 dan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 11/POJK.03/2020 Tentang Stimulus Perekonomian sebagai kebijakan *Countercyclical* dampak penyebaran virus Covid-19. Kebijakan itu dilakukan pemerintah dalam rangka merespon kebijakan kredit pada masa pandemi sehingga tidak terlalu memberatkan masyarakat, khususnya para pelaku UMKM.

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Daya Saing UMKM

a. Pengertian Daya Saing

Perusahaan yang mampu memproduksi barang dan jasa dengan kualitas baik akan mendapatkan daya saing. Dengan adanya daya saing berarti perusahaan tersebut mempunyai keunggulan. Keunggulan perusahaan akan menjadikan survive di dalam pasar persaingan dalam jangka waktu yang Panjang. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektifitas suatu organisasi di pasar persaingan.

Saat perusahaan atau usaha itu didirikan, kita akan melihat banyaknya kemungkinan yang timbul dari pesaing lain. Hal ini juga menjadi pertimbangan suatu pelaku bisnis untuk bergerak maju dalam mempertahankan usahanya baik itu dari segi pelayanan maupun kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Pesaing akan berusaha untuk melihat kekurangan usaha lain dan memperbaiki dengan inovasi yang lebih baik dari sebelumnya. Dengan begitu, perusahaan

akan terlihat sebagai kompetitor yang baik dan berjuang dengan produk yang baru untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

Konsep daya saing adalah suatu konsep ekonomi yang menjelaskan tentang upaya suatu negara terhadap suatu produk atau komoditi agar mampu diunggulkan di arena perdagangan Internasional agar dapat disejajarkan dengan produk lain yang sejenis, bahkan dapat melebihi produk yang berasal dari negara lain. Banyak negara yang melakukan ekspor dengan produk-produknya yang berkualitas baik atau dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan produk dari negara lain, serta melakukan impor produk yang tidak dapat di produksi di dalam negeri secara efektif.

Teori daya saing lainnya adalah keunggulan daya saing porter. Menurut porter (1994), keunggulan komparatif dapat dilakukan pada tingkat perusahaan dan pada tingkat nasional. Ada empat hal dalam membangun keunggulan dari suatu negara digambarkan oleh porter suatu skema berbentuk berlian, yaitu kondisi seperti tenaga terampil dan sarana prasarana, kondisi permintaan dan tuntutan mutu dalam negeri untuk hasil tertentu, eksistensi industri terkait dan pendukung yang berdaya saing, serta strategi, struktur dan persaingan antar perusahaan. Tambunan mengungkapkan bahwa tingkat daya saing suatu negara di kancah internasional pada dasarnya ditentukan oleh dua factor, yaitu factor keunggulan komparatif (*comparative advantage*) dan factor keunggulan kompetitif (*Competitive advantage*).

b. Pengertian daya saing UMKM

Daya saing UMKM sama halnya daya saing perusahaan maupun daya saing daerah. Perbedaannya hanya terletak pada penyebutan yang digunakan tetapi artiannya sama yaitu kemampuan yang dimiliki tiap entitas untuk meningkatkan kualitasnya agar

dapat bertahan dan mengembangkan diri diantara entitas lain dalam suatu lingkungan. Dalam analogi diatas, maka daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah adalah kemampuan suatu usaha UMKM untuk tumbuh dan berkembang diantara entitas sejenis agar dapat merebut pasar, baik domestic maupun internasional dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanan dan barang atau jasa yang diproduksi.

Menurut Tambunan (2008), UMKM yang berdaya saing tinggi dicirikan oleh :

1. Kecenderungan yang meningkat dan laju pertumbuhan volume produksi
2. Pangsa pasar domestik dan atau pasars ekspor yang selalu meningkat
3. Untuk pasar domesik, tidak hanya melayani pasar local tetapi juga internaasional
4. Untuk pasar ekspor, tidak hanya melayani suatu negara tetapi juga banyak negara. Dalam mengukur daya saing UMKM harus dibedakan antara daya saing dan daya saing perusahaan. Melayani di satu negara tetapi juga banyak negara. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur daya saing sebuah produk diantaranya adalah :
 - a. Pangsa ekspor pertahun
 - b. Pangsa luar negeri pertahun
 - c. Laju pertumbuhan ekspor pertahun
 - d. Pangsa pasar dalam negeri pertahun
 - e. Laju pertumbuhan produksi pertahun
 - f. Nilai atau harga produk
 - g. Diversifikasi pasar ekspor, dan
 - h. Kepuasan konsumen

Indikator-indikator tersebut adalah indikator-indikator dasar dan selanjutnya daya saing produk dapat dihitung dengan berbagai metode seperti (Tambunan dan Nasution, 2006) :

1. Releaved comparative advantage (RCA)
2. Domestik resources cost (DRC)
3. Effective rate of protection (ERP)

Metode lain misalnya (Tambunan, 2008a) :

1. Constant market share (CMS)
2. Similarity index
3. Complementary index
4. Export product dynamist

Pengertian Kesiapan Modal

Dalam dunia bisnis, kesiapan modal merupakan hal yang harus dicapai oleh manajemen untuk memberlangsungkan usahanya. Keberlangsungan usaha yang semakin baik akan memberikan dampak terhadap omset yang diperoleh dan kualitas daya saing perusahaan maupun usaha mikro, kecil, dan menengah, Dengan adanya omzet, maka perusahaan akan mampu membiayai semua kegiatan operasional usaha selanjutnya.

Dari pengertian kesiapan dan modal yang telah dikemukakan oleh beberapa pakar, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kesiapan modal merupakan suatu kemampuan pada keadaan tertentu untuk mendapatkan hasil usaha yang lebih baik sehingga mampu melakukan kegiatan produksi selanjutnya. 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.

E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM

Kemajuan teknologi informasi perlu dimanfaatkan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan bisnisnya melalui E-Commerce, peluangnya terbuka lebar dan secara teknis mudah dijalankan, Teddy Sukardi Ketua Federasi Federasi Teknologi Informasi Indonesia (FTII) mengatakan dalam perbincangan dengan Bussiness news.

Pemanfaatan teknologi informasi untuk perdagangan dan jasa atau yang dikenal dengan E-commerce

biasanya dilakukan baik untuk B2B (*business to business*) misalnya antara pabrik dengan pemasok bahan baku atau antara distributor dengan dealer, maupun untuk B2C (*business to customer*) seperti perusahaan transportasi dengan calon penumpang, antara rumah sakit dengan pasien dan antara pedagang dengan pembeli. Selain itu ada jenis pemanfaatan untuk e-Marketplace, pasar yang terbentuk dan secara maya mempertemukan penjual dan penjual.

Dengan memanfaatkan E-Commerce dalam operasional bisnisnya, UMKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berpeluang menggaet pelanggan baru. Disisi lain, pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan secara online. Berbagai penghematan dan efisiensi akan dicapai seperti dalam hal biaya transportasi, komunikasi telepon atau fax, pengiriman, dokumen, cetakan, waktu dan tenaga kerja. Kondisinya sekarang sangat mendukung, antara lain jumlah pemakai internet di dunia yang diperkirakan lebih dari 1,3 Miliar dan ada di Indonesia.

Kebijakan Pemerintah

Munir (2010) menjelaskan peran pemerintah dalam UMKM meliputi :

- a. Entrepreneur artinya pemerintah daerah bertanggung jawab untuk melaksanakan usaha dalam mengelola sumber daya ekonomi, mengelola aset daerah sumber daya ekonomi potensial sehingga secara ekonomi menguntungkan dan memberi manfaat bagi masyarakat.
- b. Koordinator sebagai coordinator pemerintah dapat menetapkan kebijaksanaan atau strategi pembangunan daerah dan merangkul semua komponen masyarakat untuk menjadi actor dalam pembangunan
- c. Fasilitator Sebagai fasilitator pemerintah daerah dapat mempercepat pembangunan melalui perbaikan lingkungan attitudional, yaitu berkaitan dengan perbaikan

prosedur perijinan dan pelayanan, serta melakukan penetapan daerah untuk memantapkan pengaturan dimensi spasial dalam pembangunan.

Kemudian, Siagian (1979) mengklasifikasikan peran dan fungsi pemerintah sebagai berikut :

- a. Fungsi Pemeliharaan ketertiban dan ketenangan (*Maintenance of peace and order*). Fungsi ini merupakan fungsi yang sangat penting oleh karena ketertiban dan ketenangan dalam pembangunan tidak akan ada apabila pemerintah tidak berhasil dalam menjalankan fungsi ini. Gangguan tersebut bias dating dari mana saja.
- b. Fungsi pertahanan dan keamanan. Fungsi ini merupakan fungsi terpenting pula dari pemerintah karena tidak jarang terlihat adanya keinginan dari pihak-pihak tertentu untuk mendominasi pihak lain dengan tujuan agar pihak lain itu dapat dipergunakan sebagai alat untuk meningkatkan kemakmuran pihak-pihak yang lebih kuat.
- c. Fungsi Perpajakan. Fungsi ini merupakan salah satu fungsi pemerintah yang pertama timbul di Negara politik, tujuannya adalah bahwa untuk menjalankan kegiatan-kegiatan pemerintah, pemerintah selalu membutuhkan biaya dan biaya itu secara tradisional bersumber dari pajak.
- d. Fungsi Hukum. Tujuan dari fungsi ini adalah untuk mengatur tata bernegara dan tata bermasyarakat agar konflik-konflik yang terjadi dalam pembangunan dapat diselesaikan menurut kriteria yang telah diakui dan diterima oleh masyarakat. Karena mereka penguasa dan masyarakat akan berkedudukan sama dimata hukum.
- e. Fungsi Administratif. Dalam fungsi ini pemerintah harus bekerja demi kepentingan dan kesejahteraan

rakyat dan bukan untuk kepentingan sekelompok orang yang dapat menghambat kesejahteraan masyarakat. Pemerintah harus berusaha melalui pelaksanaan-pelaksanaan kegiatan, tugas-tugas, wewenang dan tanggung jawabnya meningkatkan taraf hidup orang banyak dalam pembangunan tersebut.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

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. Kesiapan modal tidak terbatas dengan materi saja tetapi adanya keahlian dan keyakinan dalam menjalankan suatu usaha. Dalam penelitian ini, besarnya kesiapan modal akan berbanding lurus terhadap modal, maka Daya saing UMKM juga akan meningkat seiring dengan jumlah meningkatnya Kesiapan Modal. Begitu juga sebaliknya, jika Kesiapan modal itu menurun, maka daya saing juga menurun.

H₁ : Kesiapan Modal mempengaruhi Daya saing UMKM

Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce terhadap daya saing UMKM

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

H₂ : Pemanfaatan E-Commerce mempengaruhi daya saing UMKM.

Pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya saing UMKM dimoderasi Kebijakan Pemerintah

Menurut Undang-undang Republik Indonesia no. 22 Tahun 2008 pasal 8 mengatakan: Aspek pendanaan sebagaimana dimaksud dalam pasal 7 ayat (1) huruf a ditujukan untuk :

- a. Memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi Usaha Mikro, Kecil dan menengah untuk dapat mengakses kredit perbankan dan lembaga keuangan bukan bank.
- b. Memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya sehingga dapat diakses oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- c. Memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah, dan tidak diskriminatif dalam pelayanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
- d. Membantu para pelaku Usaha Mikro dan Usaha Kecil untuk mendapatkan pembiayaan dan jasa/produk keuangan lainnya yang disediakan oleh perbankan dan lembaga keuangan bukan bank, baik yang menggunakan sistem konvensional maupun sistem syariah dengan jaminan yang disediakan oleh pemerintah.

H₃ : Kebijakan Pemerintah memoderasi pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM

Pengaruh E-Commerce terhadap Daya Saing UMKM dimoderasi oleh Kebijakan Pemerintah

Menurut PP nomor 80 tahun 2019 pasal 11 menyatakan “Setiap Pelaku Usaha yang melakukan PMSE wajib memenuhi persyaratan umum sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Disebutkan juga dalam Peraturan Pemerintah ini , Pelaku usaha wajib

membantu program pemerintah antara lain :

- a. Mengutamakan perdagangan barang/jasa hasil produksi dalam negeri.
- b. Meningkatkan daya saing Barang dan/jasa hasil produksi dalam negeri.
- c. PPMSE dalam negeri wajib menyediakan fasilitas ruang promosi Barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri.

H₄ : Kebijakan Pemerintah Memoderasi Pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada sejumlah UMKM yang ada di Kabupaten Kampar dengan mendatangi secara langsung untuk mendapatkan data. Untuk waktu penelitian, dilakukan dari bulan September 2020 hingga bulan Desember 2020 . Data yang didapat kemudian akan diolah.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011 : 80). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Kampar yang terdaftar di PLUT-KUMKM Provinsi Riau.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2011:81). Sampel yang ideal itu dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti serta dapat memberikan

keterangan sebanyak mungkin. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat di Kecamatan Siak Hulu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha yang termasuk dalam kategori UMKM. Sampel yang diambil dari populasi harus representatif karena yang dipelajari dari sampel akan mewakili kesimpulan dari populasi. Berikut jumlah UMKM yang akan dijadikan sample dalam penelitian ini. Dari 19 Kecamatan yang ada di Kabupaten Kampar tersebut, dipilihlah Kabupaten Siak Hulu karena memiliki daya saing UMKM yang tinggi. Adapun karakteristik sampling adalah sebagai berikut :

1. Responden merupakan UMKM yang berada di Kecamatan Siak Hulu dan terdaftar di dinas koperasi Kabupaten Kampar
2. Responden didasarkan pada total asset Rp. 5.000.000 s/d Rp. 50.000.000
3. Responden diambil menggunakan Uji Slovin jika responden yang memenuhi syarat terlalu banyak.

Tabel 1 Jumlah Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah
UMKM di Kecamatan Siak Hulu yang terdaftar di Dinas Koperasi Kabupaten Kampar	421
Sampel UMKM yang Memenuhi Kriteria	94

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data *primer*, dimana data-data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber-sumber asli yang didasarkan hasil kuesioner yang disebarikan oleh peneliti.

Data tersebut diperoleh melalui kuesioner yang berupa daftar pertanyaan

secara terstruktur, dimana setiap responden dibatasi dalam memberikan jawaban pada beberapa alternatif jawaban tertentu. Sumber data penelitian ini adalah skor total yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang telah dikirim kepada pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Kampar.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan penelitian (Sugiyono, 2010 : 193). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner..

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan cara bertanya langsung dengan responden. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui masalah yang ada di lapangan dan ketertarikan dengan kesiapan modal dan e-commerce kepada pelaku UMKM.

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Kuesioner dilakukan untuk mengetahui keterkaitan daya saing dengan kesiapan modal dan e-commerce dengan kebijakan pemerintah sebagai variabel moderasi .

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation
DSU	78	12	35	1990	25.5128	5.25145
KM	78	13	40	2298	29.4615	6.8085
PE	78	11	29	1561	20.0128	4.23189
KP	78	3	15	700	8.9744	2.80062
Valid N (78					

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 2, dapat kita lihat Variabel Daya Saing UMKM terdiri dari 8 pertanyaan yang diukur menggunakan skala likert 5 point memiliki nilai maksimum 35 dan nilai minimum 12. Nilai rata-rata 25,51 dan

standar deviasi 5,25145. Variabel Kesiapan Modal (X_1) dengan skala likert 5 point memiliki nilai maksimum 40, minimum 15, mean 29,46 dan Standar Deviasi 6,80850. Variabel Pengaruh *E-Commerce* dengan 7 pertanyaan diukur menggunakan skala likert 5 point dengan nilai maksimum 29, nilai minimum 11, mean 20, 0128 dan standar deviasi 4,23189. Yang terakhir Variabel Kebijakan Pemerintah (Z) dengan 3 pertanyaan diukur menggunakan skala likert 5 point dengan nilai maksimum 15, nilai minimum 3, mean 8,9744 dan standar deviasi 2,80062.

Hasil Uji Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Daya Saing UMKM	DSU 1	0,616**	0,2199	VALID
	DSU 2	0,507**	0,2199	VALID
	DSU 3	0,542**	0,2199	VALID
	DSU 4	0,417**	0,2199	VALID
	DSU 5	0,563**	0,2199	VALID
	DSU 6	0,823**	0,2199	VALID
	DSU 7	0,487**	0,2199	VALID
	DSU 8	0,682**	0,2199	VALID
Kesiapan Modal	KM 1	0,822**	0,2199	VALID
	KM 2	0,711**	0,2199	VALID
	KM 3	0,645**	0,2199	VALID
	KM 4	0,794**	0,2199	VALID
	KM 5	0,855**	0,2199	VALID
	KM 6	0,828**	0,2199	VALID
	KM 7	0,729**	0,2199	VALID
	KM 8	0,871**	0,2199	VALID
Pemanfaatan E-Commerce	PE 1	0,731**	0,2199	VALID
	PE 2	0,680**	0,2199	VALID
	PE 3	0,593**	0,2199	VALID
	PE 4	0,616**	0,2199	VALID
	PE 5	0,505**	0,2199	VALID
	PE 6	0,643**	0,2199	VALID
	PE 7	0,739**	0,2199	VALID
Kebijakan Pemerintah	KP 1	0,809**	0,2199	VALID
	KP 2	0,857**	0,2199	VALID
	KP 3	0,814**	0,2199	VALID

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa seluruh butir pertanyaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Selain itu, seluruh butir kuesioner penelitian ini juga telah memiliki nilai signifikansi 0,01 atau lebih kecil dari 0,05. Sehingga, seluruh kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan *valid*.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Daya Saing UMKM (Y)	0,741	0,6	Reliabel
Kesiapan Modal (X ₁)	0,909	0,6	Reliabel
Pemanfaatan E-Commerce (X ₂)	0,773	0,6	Reliabel
Kebijakan Pemerintah (Z)	0,767	0,6	Reliabel

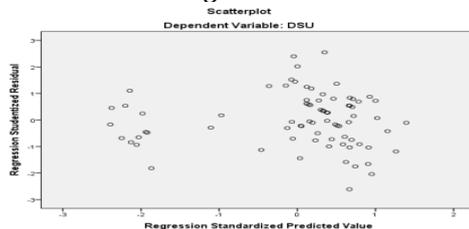
Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai cronbach's alpha dari variabel Daya Saing UMKM (Y) adalah sebesar 0,741, variabel Kesiapan Modal (X₁) adalah sebesar 0,909, Variabel Pemanfaatan E-Commerce adalah sebesar 0,773, dan variabel kebijakan pemerintah (Z) adalah sebesar 0,767. Seluruh variabel dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa semua instrument dalam penelitian ini telah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas Data

Gambar 1 Grafik Normal P-P Plot of Regression



Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titiknya telah menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collienarity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kesiapan Modal	0.452	2.215	Bebas Multikolinearitas
Pemanfaatan E-Commerce	0,612	1.633	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah bebas dari multikolinieritas.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan gambar 2, dapat dilihat bahwa hasil pengujian heterokedastisitas pada tampilan scatterplot dari variabel dependen, yaitu Daya Saing UMKM, menunjukkan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model penelitian ini telah terbebas dari heterokedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.785 ^a	0.617	0.607	3.29421	2.252

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson menunjukkan nilai 2.252. Dengan demikian, nilai Durbin-Watson berada di diantara -2 sampai +2, sehingga dapat disimpulkan bebas dari autokorelasi.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis Pertama

Variabel Independen	Beta	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig	Keterangan
Kesiapan Modal (X ₁)	0,380	5,525	199,085	0,000	H ₀ ¹ Diterima

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 7 diatas menunjukkan bahwa koefisien regresi positif sebesar 0,380, nilai t hitung 5,525 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima. Artinya Kesiapan Modal berpengaruh positif signifikan terhadap Daya Saing UMKM.

Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis Kedua

Variabel Independen	Beta	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig	Keterangan
Pemanfaatan E-Commerce	0,385	4,324	199,085	0,000	H _{a2} Diterima

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 8 diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif sebesar 0,385, nilai t hitung 4,324 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 diterima**. Artinya, Pemanfaatan *E-Commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap Daya Saing UMKM.

Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Tabel 9 Moderated Regretion H₃

Persamaan Regresi	R	R ²
$Y = a + b_1X_1 + b_2M + e$	0,746	0,557
$Y = a + b_1X_1 + b_2M + b_3X_1M + e$	0,795	0,632

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 9 diatas menunjukkan bahwa nilai R² pada uji regresi pertama yaitu 0,557 atau 55,7% sedangkan setelah ada persamaan regresi kedua nilai R² naik menjadi 0,632 atau 63,2% . Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan dengan adanya Kebijakan Pemerintah akan memperkuat pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM.

Hasil Uji Hipotesis Keempat

Tabel 10 Moderated Regretion H₄

Persamaan Regresi	R	R ²
$Y = a + b_1X_2 + b_2M + e$	0,750	0,563
$Y = a + b_1X_2 + b_2M + b_3X_2M + e$	0,794	0,630

Sumber : Data Olahan 2021

Dari tabel 10 diatas menunjukkan bahwa nilai R² pada uji regresi pertama yaitu 0,563 atau 56,3% sedangkan setelah ada persamaan regresi kedua nilai R² naik menjadi 0,630 atau 63% . Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan dengan adanya Kebijakan Pemerintah akan memperkuat pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* terhadap Daya Saing UMKM.

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dan dijelaskan pada bab IV dengan menggunakan metode analisis linear berganda maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesiapan Modal berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM di Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar. Dimana semakin siap pelaku UMKM dalam segi modal, maka akan menunjang UMKM tersebut untuk bersaing dengan pelaku UMKM lainnya.
2. Pemanfaatan *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM di Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar. Pelaku UMKM dewasa ini sudah banyak yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk membantu pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Pelaku UMKM biasanya menggunakan kemajuan teknologi untuk mempromosikan produknya.
3. Kebijakan Pemerintah Memperkuat Pengaruh Kesiapan Modal terhadap Daya Saing UMKM pada UMKM di Kecamatan Siak Hulu, Kabupaten Kampar. Dimana regulasi-regulasi yang dibuat oleh pemerintah banyak membantu UMKM dalam permodalan dan bantuan-bantuan yang dilontarkan pemerintah kepada pelaku UMKM.
4. Kebijakan Pemerintah memperkuat pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Daya Saing UMKM Pada UMKM di Kecamatan Siak Hulu,

Kabupaten Kampar. Dimana sudah ada peraturan-peraturan pemerintah yang melindungi pelaku UMKM dan konsumennya dalam menggunakan *E-Commerce*.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti, namun demikian diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dalam praktek dan pengembangan berikutnya. Beberapa keterbatasan penelitian antara lain :

- 1) Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden tanpa ditemani langsung oleh peneliti, oleh karena itu apabila terdapat suatu masalah yang tidak dipahami responden maka responden tidak dapat memberikan konfirmasi kepada peneliti, oleh karena itu dikhawatirkan akan menimbulkan ketidak tepatan informasi.
- 2) Objek penelitian hanya meneliti pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Siak Hulu dikarenakan keterbatasan dari peneliti.
- 3) Dengan memperhatikan dari kesibukan masing-masing pelaku UMKM, sehingga peneliti diminta untuk meninggalkan kuesioner sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden. Oleh karena itu, jawaban yang diberikan oleh responden tidak serta merta mencerminkan situasi yang sebenarnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka disarankan :

1. Bagi Pelaku UMKM
 - a. Pelaku UMKM harus dapat mengembangkan usahanya dari segala aspek agar tidak kalah bersaing dengan pelaku UMKM lainnya. Dimana di era digital sekarang menggunakan teknologi internet sangat diperlukan untuk menunjang keberlangsungan UMKM.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan ruang lingkup

responden dan diperluas. Tidak hanya berasal dari Pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Siak Hulu

- b. Peneliti selanjutnya sebaiknya memperluas variabel penelitian yang dapat mempengaruhi Daya Saing UMKM
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan metode penelitian seperti wawancara secara langsung kepada responden untuk memperoleh data yang lebih berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2012). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Christanto, J. (2011). *Membangun Daya Saing Daerah melalui penciptaan Kompetensi Inti Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.

Ernawati, N (2017). Pengaruh kesiapan Modal dan Pemanfaatan E-Commerce terhadap Daya Saing UMKM di Kab. Sleman Yogyakarta

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21, Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

<https://lombokpost.jawapos.com/nasiona/1/02/05/2020/terdampak-korona-pemerintah-janji-bantuan-modal-untuk-23-juta-umkm/>

<https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5e8e8a6cbfd90/ini-kebijakan-pemerintah-untuk-umkm-terdampak-corona/>

<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01267337/ini-8-poin-kebijakan-baru-untuk-bisnis-berbasis-internet-384436>

<https://tirto.id/isi-pp-e-commerce-pajak-perdagangan-elektronik-hingga-konsumen-emRr>

- <https://money.kompas.com/read/2020/07/02/150000926/3-tantangan-utama-yang-dihadapi-umkm-selama-pandemi-covid-19?page=all>
- Herdianti,R. (2014) *Peran Pemerintah dalam Pemanfaatan E-Commerce oleh UMKM Industri Kerajinan Perak Kotagede*
- Indrianto, N & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta : BPFE.
- Indonesia, Undang-Undang 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta
- Indonesia, Undang-Undang 2014. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan*. Jakarta
- Jauhari, J. (2010). Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*,
- Lukito, I. (2017). *Tantangan Hukum dan Peran Pemerintah dalam Pembangunan E-Commerce*.
- M. Suyanto, 2005, artikel : *Aplikasi IT untuk UKM menghadapi Persaingan Global Kedaulatan Rakyat Yogyakarta*.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- 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*.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2011). *Perekonomian Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tambunan, T.T.H., 2008c, “Daya Saing Global Indonesia 2008-2009 versi World Economic Forum (WEF)”, Makalah, Kadin Indonesia. Diakses dari <http://www.kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 6 September 2010.
- 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.
- Winarno.B. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro,Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta (Studi Kasus pada UMKM Kuliner)*
- www.riau.antaranews.com
- Yantos. (2016). *Kebijakan Pemerintah Kabupaten Kampar Terhadap Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Koto Mesjid dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN(MEA)*.