

**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha  
Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)  
Keripik Buah di Kota Malang**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun Oleh:  
Tazki Theosofi  
16502010711032**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2020**

## LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Buah di Kota Malang”**

Yang disusun oleh :

Nama : Tazki Theosofi  
NIM : 165020107111032  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 Mei 2020

Malang, 14 Juni 2020

Dosen Pembimbing,



**Bahtiar Fitanto, SE., MT.**

NIP. 197410181999031001

# Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Keripik Buah di Kota Malang

**Tazki Theosofi**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang

[tazkytheosofi@gmail.com](mailto:tazkytheosofi@gmail.com)

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) keripik buah di Kota Malang. Faktor-faktor tersebut adalah keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia, pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi, dan modal kerja. Penelitian ini dilakukan di Kota Malang dengan objek penelitian adalah pengusaha usaha Mikro keripik buah di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan data primer dengan kuisioner sebagai medianya, Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda dengan alat analisis SPSS. Peningkatan jumlah UMKM saat ini begitu pesat di Indonesia akan tetapi hal tersebut tidak diimbangi dengan perkembangan Indeks daya Saing UMKM yang ada. Kota Malang diharapkan mampu menjadi pendongkrak indeks daya saing Indonesia karena Kota Malang juga terkenal sebagai salah satu kota besar yang kaya akan keanekaragaman UMKM yang ada, juga keripik buah yang selama ini terkenal sebagai icon dari Kota Malang itu sendiri. Para pengusaha dapat menganalisa dan mengevaluasi usaha mereka melalui hasil dari penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh terhadap daya saing keripik buah di Kota Malang.*

*Kata kunci: Keunggulan Produk, Inovasi, Sumber Daya Manusia, Teknologi Informasi, Modal, Daya Saing, UMKM*

---

## A. PENDAHULUAN

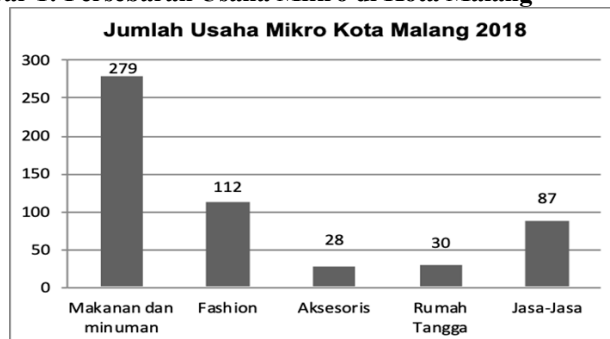
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang memiliki peran penting dalam perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia Soejodono (2004:34). Dengan adanya sektor UMKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Banyaknya tenaga kerja yang terserap menunjukkan bahwa UMKM mempunyai peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UMKM juga berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi pasca krisis moneter disaat perusahaan-perusahaan besar mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan nasional. Tidak hanya itu, kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga semakin menggeliat dalam lima tahun terakhir. Menurut Ketua Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun, mencatat kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84% (2013) menjadi 60,34% (2018), dan diprediksi akan meningkat secara berkala sekitar 3% setiap tahunnya (Akumindo, 2018). Kota Malang menjadi salah satu kota terbesar yang berada di provinsi Jawa Timur, guna meningkatkan indeks daya saing UMKM yang ada di Provinsi Jawa Timur kota Malang diharapkan dapat mengambil tempat tersendiri untuk mendongkrak namanya baik dikancah regional hingga nasional.

Besarnya jumlah UMKM yang terdapat di Indonesia tersebut menandakan bahwa usaha UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki persaingan yang sangat tinggi. Untuk mengatasi tingginya tingkat persaingan UMKM di Indonesia, maka unit UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi agar mampu bertahan dalam persaingan bisnis. Menurut Muhandi (2007:11) Kontribusi UMKM menjadi salah satu sorotan utama pembangunan saat ini, hal ini dikarenakan UMKM menyandang tiga peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi itu sendiri. Tiga peran penting tersebut, yaitu: (1) Semua negara tengah berkompetisi dalam pembangunan UMKM; (2) Menjadi salah satu penyerap tenaga kerja

paling besar; (3) Kontribusi yang sangat besar dalam pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Sehingga konsentrasi pembangunan dan pertumbuhan UMKM sangatlah perlu untuk dilakukan. (Tambunan, 2001:40).

**Gambar 1: Persebaran Usaha Mikro di Kota Malang**



Sumber: Dinas Koperasi, Perindustrian, dan perdagangan Kota Malang, 2018, diolah 2019

Perkembangan usaha mikro juga menjadi salah satu hal yang disoroti oleh Pemerintah Kota Malang. Sejumlah langkah strategis ditempuh guna perbaikan pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro di Kota Malang. Mulai dari perbaikan pendataan, pendampingan ke arah asosiasi, hingga penyuluhan dan pelatihan kerap kali diadakan dalam tempo yang cepat. Saat ini tercatat terdapat 536 total keseluruhan usaha mikro yang ada di Kota Malang dengan sektor yang mendominasi yaitu sektor makanan dan minuman yakni sebesar 52% dari total keseluruhan (Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang, 2018). Menurut data yang ada dari total 279 usaha mikro sektor makanan dan minuman, usaha keripik berjumlah 93 dan usaha keripik buah berjumlah 60 unit usaha mikro yang tersebar dan mayoritas berada di Kecamatan Blimbing. Pertumbuhan unit keripik buah ini sendiri dipicu oleh kebanggaan warga Kota Malang terhadap ciri khas dari Kota Malang itu sendiri. Selain untuk dikonsumsi warga lokal kerap kali usaha keripik buah ini menjadi daya tarik wisatawan bahkan beberapa pengusaha menjadikan keripik buah sebagai senjata untuk diekspor.

Industri rumah tangga pengolahan keripik buah merupakan salah satu jenis usaha yang cukup digemari oleh penduduk asli Kota Malang. Adapun macam-macam varian keripik buah-buahan yang dihasilkan, yaitu alpukat, jeruk, nangka, pisang, dll. Meningkatnya pertumbuhan UMKM pembuatan dan penjualan keripik buah di Kota Malang juga berdampak pada tingginya persaingan yang dihadapi. Akan tetapi, selain bertambahnya UMKM baru yang hadir, ada juga UMKM yang tidak bisa meneruskan usahanya. Hal tersebut dikarenakan tidak mampunya UMKM tersebut untuk bersaing dan mempertahankan eksistensinya serta kerap kali mengalami kebangkrutan (Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang, 2020).

UMKM yang dapat terus tumbuh ditengah persaingan yang ketat adalah UMKM yang memiliki daya saing. Daya saing didefinisikan sebagai seperangkat institusi, kebijakan, dan faktor-faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara. Tingkat produktivitas pada gilirannya menentukan tingkat kesejahteraan yang dapat diperoleh dengan ekonomi. Memiliki daya saing berupa keunggulan kompetitif di era globalisasi ini ditandai dengan adanya produk baik dari dalam maupun luar negeri. Kondisi ini mengharuskan pengusaha harus kompeten dalam menciptakan produk yang memiliki daya saing tinggi. Sebab dalam suatu usaha, persaingan menentukan keberhasilan ataupun kegagalan dari perusahaan. Dong-sung Cho (dalam Wahono, 2018:11) selaku presiden dari The Institute of Industrial Policy Studies, Korea Selatan, dalam karyanya yang berjudul "*Determinant of International Competitiveness: How Can a Developing Country Transform itself to an Advance Economy*," mengatakan persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Oleh karena itu, ditengah persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan yang ada dituntut untuk memiliki nilai agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

## B. KAJIAN PUSTAKA

### Usaha Mikro Kecil Menengah

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), UMKM bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Dalam Undang-Undang UMKM didefinisikan berdasarkan beberapa kriteria. Definisi UMKM yang dimaksud adalah:

- Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

- Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

- Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

### **Keunggulan produk**

Menurut Henard dan Szimanski (dalam Wardhani, 2015:10) keunggulan kompetitif produk adalah superioritas dan/atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran kompetitor. Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan, yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan, juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak suka).

### **Inovasi Produk**

Reka baru atau inovasi dapat diartikan sebagai proses dan/atau hasil pengembangan pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan/atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial).

Mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi-inovasi dari produk yang ditawarkan, dengan harapan dapat membuat konsumen tidak berpindah ke produk lain yang sejenis. Inovasi itu sendiri merupakan salah satu faktor penentu dari sukses perusahaan yang diperlukan agar tetap bertahan, atau menjadi lebih kompetitif.

### **Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia adalah orang-orang yang ada dalam organisasi yang memberikan sumbangan pemikiran dan melakukan berbagai jenis pekerjaan dalam mencapai tujuan organisasi. Sumbangan yang dimaksud adalah pemikiran dan pekerjaan yang mereka lakukan di berbagai kegiatan dalam perusahaan. Dalam pengertian sumber daya manusia, yang diliput bukanlah terbatas kepada tenaga ahli, tenaga pendidikan ataupun tenaga yang berpengalaman saja tetapi semua tenaga kerja yang digunakan perusahaan untuk mewujudkan tujuan-tujuannya (Sukirno, 2012:12).

Sumber daya manusia berhubungan erat dengan teori produktivitas, Sumarsono (dalam Michael, 2003:4) menjelaskan bahwa produktivitas adalah: "Perbandingan antara output (hasil) dengan input (masukan). Jika produktivitas naik, ini hanya dimungkinkan oleh adanya peningkatan efisiensi (waktu, bahan, tenaga) dan sistem kerja, teknik produksi dan adanya peningkatan keterampilan dari tenaga kerjanya".

### **Pemasaran dengan Pemanfaatan Teknologi Informasi**

Pemasaran menurut Soetomo (2004:4) adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Pemanfaatan teknologi informasi menurut Thompson et al (dalam Wijana, 2007:79): "Pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya atau perilaku dalam menggunakan teknologi pada saat melakukan pekerjaan.

Pengukurannya berdasarkan intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan". Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering kali dikenal e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas.

### **Modal Kerja**

Kasmir (2012:250) mengatakan modal kerja adalah modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan. Modal kerja diartikan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek seperti kas, bank, surat berharga, piutang, persediaan dan aktiva lancar.

Dalam perjalannya modal kerja memerlukan sebuah fungsi agar selalu berjalan sebagai mana mestinya, dan fungsi tersebut disebut sebagai pertutaran modal kerja. Riyanto (2008:335) menyatakan Perputaran modal kerja merupakan rasio yang digunakan dalam pengukuran atau penilaian tingkat efektifitas modal kerja pada periode tertentu. Rasio itu dapat dihitung dengan melakukan perbandingan penjualan dengan modal kerja (rata-rata)

### **Daya Saing**

Dong-sung cho (dalam Wahono, 2018:11) persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan, sesuatu yang memiliki nilai lebih dari pada yang lain akan membuat keuntungan tersendiri. Dimana dari hal tersebut terdapat model baru yang disebut model 9 faktor. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.

Model 9 faktor yang diciptakan oleh Dong-Sung Cho merupakan pengembangan dari model berlian Porter. Kita membutuhkan model yang bisa mengatakan pada kita bukan seberapa banyak tingkat sumber daya yang sekarang dimiliki oleh suatu negara, tetapi siapa yang menciptakan sumber daya dan kapan seharusnya setiap sumber daya itu diciptakan. Perbedaan 9 faktor dari model berlian adalah faktor yang terletak di luar faktor berlian, yaitu keberadaan 4 faktor yang meliputi tenaga kerja, birokrasi dan politisi, kewirausahaan, serta teknisi, perancang dan manajer profesional.

## **C. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sedangkan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer data yang diambil melalui penelitian secara langsung, juga dengan data sekunder sebagai pendukung. Penelitian ini bertujuan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM keripik buah yang terdapat di Kota Malang.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di kota Malang, yang menjadi objek penelitian adalah para pengusaha UMKM keripik buah. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuisioner kepada sampel setelah perhitungan total populasi yang ada, penelitian dilakukan dalam kurun waktu lima bulan, dimulai dari Januari 2020 dan berakhir pada bulan Mei 2020.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah seluruh Usaha mikro keripik buah yang terdata dalam Dinas Koperasi, Perindustrian, dan perdagangan Kota Malang yaitu sejumlah 60 Unit usaha. Metode yang di gunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling, menggunakan rumus Solvin dari total 60 populasi yang ada, maka berdasarkan perhitungan yang ada ditetapkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 52 sampel.

### **Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variable bertujuan untuk memudahkan penafsiran penggunaan variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

- Variabel terikat (*Dependent*)
  1. Daya Saing (Y)

Tingkat sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar, dalam memproduksi barang dan jasa dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan pendapatan perusahaan atau karyawannya

- Variabel bebas (*Independent*)
  1. Keunggulan produk (X1)  
keunggulan produk adalah superioritas dan atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran competitor.
  2. Inovasi produk (X2)  
Bentuk inovasi produk adalah bentuk pembaruan dari barang/jasa yang ditawarkan dilakukan oleh produsen untuk meningkatkan penjualan
  3. Sumber daya manusia (X3)  
Sumber daya manusia adalah orang yang berada dalam perusahaan, dan bekerja untuk menyeimbangkan dan memajukan perusahaan.
  4. Pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi (X4)  
Pemanfaatan teknologi yang digunakan produsen guna memperluas informasi pada pasar yang ada.
  5. Modal kerja (X5)  
Modal kerja adalah modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan.

### Metode Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana yang berguna untuk meramalkan variabel terikat (Y) apabila variabel bebas minimal dua arah atau lebih. Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu keunggulan produk (X1), Inovasi Produk (X2), Sumber daya Manusia (X3), Pemasaran dengan Pemanfaatan Teknologi (X4), dan Modal Kerja (X5) mempengaruhi variabel terikat, yaitu Daya saing (Y).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana:

Y: Daya Saing

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$ - $\beta_5$  : Koefisien regresi

X1 : Keunggulan Produk

X2 : Inovasi Produk

X3 : Sumber Daya Manusia

X4 : Pemasaran dengan Pemanfaatan Teknologi Informasi

X5 : Modal Kerja

e : error

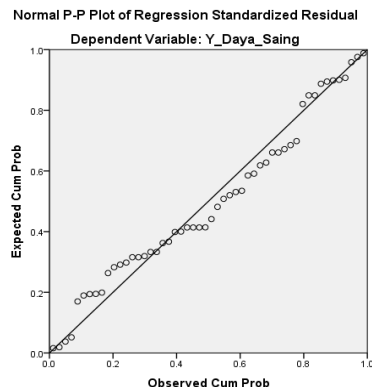
## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah pengujian yang dilakukan berdistribusi normal, dapat dilihat dari output hasil normalitas.

**Gambar 2: Hasil Uji Normalitas**



Sumber: Data primer diolah (2020)

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa persebaran data berada di sekitar garis diagonal. Hal itu menunjukkan bahwa residual error-nya terdistribusi normal sehingga persamaan regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

## 2. Uji Multikolinieritas

Pendekteksian terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi.

**Tabel 1: Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.113	.263		.430	.670		
X1 Keunggulan_Produk	.183	.168	.177	2.086	.028	.114	8.746
X2 Inovasi	.346	.116	.328	2.989	.004	.254	3.943
X3 SDM	.361	.178	.363	2.032	.048	.196	8.462
X4 TI	.523	.237	.532	1.711	.052	.527	7.963
X5 Modal	.467	.171	.427	2.722	.009	.124	8.051

a. Dependent Variable: Y\_Daya\_Saing

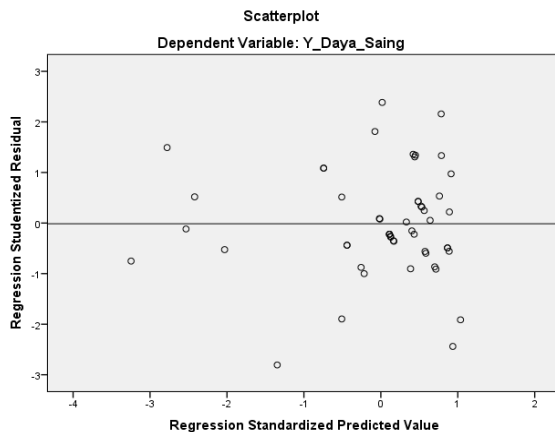
Sumber: Data primer diolah (2020)

Pengujian multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat VIF dan nilai tolerance yang diperoleh. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui bahwa data yang dipakai dalam model regresi menunjukkan adanya kesamaan variance antara residual data penelitian.

**Gambar 3: Hasil Uji Heteroskedastisitas**





Sumber: Data primer diolah (2020)

Hasil uji heteroskedastisitas variabel keunggulan produk, inovasi produk, sumber daya manusia, pemasaran, dan modal kerja terhadap daya saing menunjukkan bahwa titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka nol. Titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Regresi linier berganda memberikan asumsi-asumsi yang diproyeksikan dalam penelitian agar menghasilkan nilai-nilai koefisien agar tidak bias.

**Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	UnstANDARDIZED Coefficients		StANDARDIZED Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.113	.263		.430	.670		
X1 Keunggulan Produk	.183	.168	.177	2.086	.028	.114	8.746
X2 Inovasi	.346	.116	.328	2.989	.004	.254	3.943
X3 SDM	.361	.178	.363	2.032	.048	.196	8.462
X4 TI	.523	.237	.532	1.711	.052	.527	7.963
X5 Modal	.467	.171	.427	2.722	.009	.124	8.051

a. Dependent Variable: Y Daya Saing

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan nilai tersebut, maka dapat ditentukan model regresi linier berganda yang dinyatakan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,113 + 0,183(X1) + 0,346(X2) + 0,361(X3) + 0,523(X4) + 0,467(X5) + e$$

**Pengujian Hipotesis**

**1. Uji t**

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat.

**Tabel 2: Hasil Uji t**

Model	UnstANDARDIZED Coefficients		StANDARDIZED Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.113	.263		.430	.670		
X1 Keunggulan Produk	.183	.168	.177	2.086	.028	.114	8.746
X2 Inovasi	.346	.116	.328	2.989	.004	.254	3.943
X3 SDM	.361	.178	.363	2.032	.048	.196	8.462
X4 TI	.523	.237	.532	1.711	.052	.527	7.963
X5 Modal	.467	.171	.427	2.722	.009	.124	8.051

a. Dependent Variable: Y\_Daya Saing

Sumber: Data primer diolah (2020)

Uji statistik t-test (parsial) menunjukkan pengaruh variabel keunggulan produk, inovasi produk, sumber daya manusia, pemasaran, dan modal kerja terhadap daya saing adalah berpengaruh secara parsial. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat dideskripsikan sebagai berikut, yaitu:

1. Variabel keunggulan produk (X1) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.028 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.028 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.086 > t$  tabel (2.012). Artinya keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing.
2. Variabel inovasi produk (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.004 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.004 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.989 > t$  tabel (2.012). Artinya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing.
3. Variabel sumber daya manusia (X3) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.048 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.048 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.032 > t$  tabel (2.012). Artinya sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap daya saing.
4. Variabel teknologi informasi (X4) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.052 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.052 > 0.05$  atau tidak terdapat pengaruh dan uji t menunjukkan  $1.711 < t$  tabel (2.012). Artinya teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap daya saing.
5. Variabel modal (X5) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.009 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.009 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.722 > t$  tabel (2.012). Artinya modal berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

## 2. Uji F

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat.

**Tabel 3: Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.765	5	3.953	56.324	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.228	46	.070		
	Total	22.993	51			

a. Dependent Variable: Y\_Daya\_Saing

b. Predictors: (Constant), X5\_Modal, X2\_Inovasi, X1\_Keunggulan\_Produk, X3\_SDM, X4\_TI

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas maka didapatkan hasil dari uji statistik F didapatkan nilai statistik f hitung 56.324 dan nilai signifikansi 0,000 dimana hasil ini lebih besar dari F tabel (2.42) pada n sebesar 52 sehingga  $H_0$  ditolak yang mana dapat disimpulkan bahwa variabel keunggulan produk, inovasi produk, sumber daya manusia, pemasaran, dan modal kerja terhadap daya saing adalah berpengaruh secara simultan.

## 3. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tujuan pengujian ini adalah untuk menguji kontribusi antara variabel dependen dan independen secara simultan (R<sup>2</sup>) yang dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square).

**Tabel 4: Hasil Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

1	.927 <sup>a</sup>	.860	.844	.26492	1.986
---	-------------------	------	------	--------	-------

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0.844 atau (84,4%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen yang terdiri dari variabel keunggulan produk, inovasi produk, sumber daya manusia, pemasaran, dan modal kerja terhadap daya saing sebesar 84,4%. Atau variasi variabel independen yang terdiri dari variabel keunggulan produk, inovasi produk, sumber daya manusia, pemasaran, dan modal kerja mampu menjelaskan sebesar 84,4% variasi variabel dependen (daya saing). Sedangkan sisanya sebesar 15,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### Pembahasan

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan dalam penelitian dapat diketahui bahwa keunggulan produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing. Artinya, semakin tinggi tingkat keunggulan produk maka akan diikuti dengan semakin tingginya daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Sebaliknya semakin rendah tingkat keunggulan produk, maka akan diikuti dengan semakin rendahnya tingkat daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Hal tersebut ditunjukkan bahwa variabel keunggulan produk (X1) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.028 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.028 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.086 > t$  tabel (2.012). Artinya keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan dalam penelitian dapat diketahui bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi produk maka akan diikuti dengan semakin tingginya daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Sebaliknya semakin rendah tingkat inovasi produk, maka akan diikuti dengan semakin rendahnya tingkat daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Hal tersebut terlihat dari hasil pengujian penulis bahwa variabel inovasi produk (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.004 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.004 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.989 > t$  tabel (2.012). Artinya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap daya saing .

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan dalam penelitian dapat diketahui bahwa sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Artinya, semakin tinggi tingkat sumber daya manusia maka akan diikuti dengan semakin tingginya daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Sebaliknya semakin rendah tingkat sumber daya manusia, maka akan diikuti dengan semakin rendahnya tingkat daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Hal tersebut terlihat dari hasil pengujian penulis bahwa variabel sumber daya manusia (X3) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.048 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.048 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.032 > t$  tabel (2.012). Artinya sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan dalam penelitian dapat diketahui bahwa pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi mempunyai pengaruh yang positif tidak signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Artinya, semakin tinggi tingkat pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi maka tidak akan diikuti dengan peningkatan daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Hal tersebut terlihat dari hasil pengujian penulis bahwa variabel teknologi informasi (X4) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.052 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.052 > 0.05$  atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $1.711 < t$  tabel (2.012). Artinya teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan dalam penelitian dapat diketahui bahwa modal kerja mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Artinya, semakin tinggi tingkat modal kerja maka akan diikuti dengan semakin tingginya daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Sebaliknya semakin rendah tingkat modal kerja, maka akan diikuti dengan semakin rendahnya tingkat daya saing pelaku UMKM Kota Malang. Hal tersebut terlihat dari hasil pengujian penulis bahwa variabel modal (X5) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.009 pada tabel Coefficientsa dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.009 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $2.722 > t$  tabel (2.012). Artinya modal berpengaruh signifikan terhadap daya saing.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan didapatkan kesimpulan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Hubungan antara keunggulan produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing.
2. Hubungan antara inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang.
3. Hubungan antara sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang.
4. Hubungan antara pemasaran dengan pemanfaatan teknologi tidak mempunyai pengaruh terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang.
5. Hubungan antara modal kerja mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang.
6. Secara simultan variabel keunggulan produk, inovasi, sumber daya manusia, pemasaran dengan pemanfaatan teknologi informasi, dan modal kerja berpengaruh signifikan terhadap daya saing pelaku UMKM Kota Malang.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM dapat memfokuskan pada peningkatan dan pengembangan produk keripik buah. Pemberdayaan dari keunggulan produk perlu menjadi prioritas dari para pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing, dikarenakan keunggulan produk ini menjadi salah satu faktor tertinggi yang mempengaruhi daya saing UMKM keripik buah di Kota Malang, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan diantaranya:
  - Mula-mula menentukan kebutuhan, keinginan, preferensi, suka dan tidak suka dari perspektif konsumen dengan melakukan riset pemasaran.
  - Melakukan analisis atas produk yang kompetitif, yaitu dengan menganalisis kelemahan produk-produk pesaing kemudian membuat produk yang dapat mengatasi kelemahan-kelemahan tersebut.
  - Melakukan uji dan verifikasi atas semua asumsi mengenai desain produk yang dihasilkan dengan pembuatan prototype yang bisa dicoba berpotensi mendorong kesuksesan produk baru.
2. Pelaku UMKM juga dapat memperkerjakan SDM yang unggul dan fresh terhadap perkembangan zaman yang ada, juga mengadakan pelatihan dan pengembangan guna memacu kreativitas dan ide-ide baru meningkatkan inovasi dalam UMKM tersebut dapat meningkat, sebagaimana hasil dari penelitian ini bersama dengan keunggulan produk inovasi menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh bagi UMKM keripik buah dalam meningkatkan daya saing.
3. Para Pelaku UMKM keripik buah di Kota Malang juga dapat melihat celah dan bagian yang harus mendapat evaluasi tersendiri bilang ingin usahanya tetap memiliki daya saing yang baik, dan menjadikan usahanya tetap berada dalam performa yang baik dalam lingkungan UMKM yang kompetitif.
4. Bagi pemerintah diharapkan dapat terus memberikan pelatihan, pengarahan dan informasi kepada para pelaku usaha UMKM agar mereka dapat bersaing tidak hanya persaingan lokal saja tetapi dapat merambah persaingan nasional ataupun internasional.
5. Pada era melek teknologi saat ini UMKM di Kota Malang diharapkan lebih melek teknologi dan dapat lebih memanfaatkan penggunaan teknologi informasi seperti Instagram, WhatsApp, Line dan sebagainya, karena masyarakat saat ini sudah banyak di gunakan oleh masyarakat. Sehingga para UKMM diharapkan memanfaatkannya dengan baik agar dapat meningkatkan daya saing yang tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Piter dkk., 2002. *Daya Saing Daerah: Konsep dan Pengukurannya Di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Akbar & Usman. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Agus Mulyanto. 2009. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Akbar, N. Ratnawati, V. dan Novita, V., (2008), Pengaruh Pengetahuan Teknologi Informasi, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Faktor Kesesuaian Tugas-Teknologi terhadap Kinerja Akuntan Internal, *Jurnal Ekonomi* Vol. 18 No. 2, Riau: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Riau.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMINDO). 2018. *Indonesia dalam angka*. Jakarta: Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMINDO).
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas). 2015. *Laporan Analisis Daya Saing UMKM di Indonesia*. Jakarta.
- Basri, Faisal. *Perekonomian Indonesia Tantangan dan Harapan bagi Kebangkitan Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2018.
- Buchari Alma (2004). *Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Burhan Nurgiyantoro dkk. 2004. *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press
- Departemen koperasi & UKM. 2008. *Komposisi PDB Menurut Kelompok Usaha*. ([www.Departemenkoperasi.go.id](http://www.Departemenkoperasi.go.id)). Diakses tanggal 25 Januari 2020
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Malang, 2018.
- Dinas Koperasi, Perindustrian, dan perdagangan Kota Malang, 2018.
- Dirlanudin. 2008. "Paradigma Baru Pengembangan Usaha Kecil." *Jurnal Ilmiah Niagara* 1, no. 2 2008: 47-67.
- Everett, M. Rogers, with F. Floyd Shoemaker. 1971. *Communication of Innovation: A Cross Cultural Approach*. London: The Free Press.
- Fandy Tjiptono. 2017 *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011). *Kualitas Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Frans Gana.2003. "*Inovasi Organisasi Sebagai Basis Daya Saing Bisnis*", Usahawan.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haq, Annisa Diana. 2016. *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bantul*. Yogyakarta: e Journal Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hasiani, Freshka. 2015. *Analisis Kualitas Sumber Daya Manusia dan Pengaruhnya terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Pelalawan*. Pekanbaru: Jom FEKON. Vol. 2 No. 2.
- Hubeis, Musa dkk. 2012. *Komunikasi Profesional*. Bogor: IPB Press
- Intan Sherlin. 2016. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing*. *Jurnal Benefita* 1(3) Oktober 2016 (105-112).
- Jesika. 2012. "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing UKM Berorientasi Ekspor di DKI Jakarta*". *Ekonomi Menejemen Universitas Gunadarma*
- Jogiyanto dan Abdillah., W. 2010. *Sistem Tatakelola Teknologi Informasi*. Penerbit Andi: Yogyakarta. Hal 418.
- Jogiyanto, HM. 1995. *Pengenalan Komputer pengolahan data*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. CV Andi Offset.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2019). *Gencarkan digitalisasi ukm dan koperasi* (<http://www.depkop.go.id>) Diakses tanggal 14 Mei 2020
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw, N,Gregory. 2007. *Makro Ekonomi, Terjemahan: Fitria Liza, Imam Nurmawan*, Jakarta: Penerbit Erlangga,195.
- Miller, R.L. dan Meiners E, R. 2000. *Teori Mikroekonomi Intermediate*, penerjemah Haris MunAndar. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Muhardi. 2007. *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhtadi, Dedi. 2003. *Etos Kerja*. <http://www.edubenchpmark.com/etos-keria-dan-karakter-bangsa.html>.

- Munawir, S. 2010. Analisis laporan Keuangan Edisi keempat. Cetakan Kelima Belas. Yogyakarta: Liberty
- Porter, M.E. 1995, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York
- Porter, Michael, E. 2008. *Strategi Bersaing (Competitive strategy)*. Tangerang: Karisma publishing group.
- Prasetyo, P. Eko, 2009. Fundamental Makro Ekonomi: sebuah pengetahuan tingkat dasar dan menengah serta advanced untuk ilmu ekonomi makro Yogyakarta: Beta Offset. Hal 17.
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan. Edisi 1. Cetakan Kedelapan. BPFE. Yogyakarta
- Rahmawati, Diana. 2008. "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi". Vol.5, no. 1. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan.
- Bambang Riyanto. 2008. *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE
- Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang*. Jurnal Akuntansi Universitas Jember.
- Schumpeter J. (1934): *The Theory of Economic Development*. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. Harvard U.
- Sedarmayanti. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV MAndar Maju.
- Sugiarto, Duriyanto, Darmadi. dan Tony Sitinjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Cetakan ketiga. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno Sadono. 1994. Pengantar Ekonomi Mikro. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono, 2005. Pengantar Teori Makroekonomi. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta. Edisi kedua Hal 433.
- Sukirno, Sadono. 2012. *Makroekonomi modern: perkembangan pemikiran dari klasik hingga keynesian baru*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Sumarsono, Sonny. 2003. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Szymanski, D., and Henard, D. 2001. *Customer satisfaction: A Meta-Analysis of the Empirical Evidence*. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 29, No. 1, Pp. 16-35. Yogyakarta.
- Soetomo, H. 2004. Relationship Marketing Pada Upscale Retailing: Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas. Bisnis dan Manajemen.
- Tambunan, Tulus. 2001. Perekonomian Indonesia : Teori dan Temuan Empiris. Jakarta.
- Tambunan, Tulus. 2017. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Bogor : Ghalia Indonesia. Cetakan Pertama.
- Wahono.(2018) dalam Cho, Dong-Sung., dan Moon Hwy-Chang. (2000). From Adam Smith to Michael Porter, Evolusi Teori Daya Saing. Jakarta: Salemba empat.
- Wardani, D. K., & Hermuningsih, S. (2015). Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan dan Kebijakan Hutang sebagai Variabel Intervening. Jurnal Siasat Bisnis, Vol.15 No. 1 P. 27-36
- World Bank (2018) *World Development Indicators*, Database.