

## Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UMKM Melalui Teknologi Informasi dan Standarisasi Produk Pasca Pandemi Covid-19

Yani Iriani<sup>1\*</sup>, Arief Rahmana<sup>2</sup>, Riki Ridwan Margana<sup>3</sup>, Annisa Maharani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas

Widyatama Jl. Cikutra 204 A, Bandung, Jawa Barat 11650

Email: [yani.iriანი@widyatama.ac.id](mailto:yani.iriანი@widyatama.ac.id)

### ABSTRAK

UMKM tidak bisa dipungkiri telah menjadi tulang punggung perkembangan perekonomian di Indonesia dan yang menyelamatkan negara dari keterpurukan. Namun, pandemic COVID-19 saat ini telah meninggalkan banyak UMKM tidak berdaya. Salah satu masalah yang umum terjadi pada UMKM adalah adanya penurunan penjualan karena masih ada produk yang belum sesuai dengan standar yang ditetapkan, hal ini mengakibatkan produk UMKM tidak dapat bersaing dengan produk sejenisnya. Begitu pula dengan keberadaan Teknologi Informasi, dimana di dalam pelaksanaannya masih belum optimal. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemanfaatan Teknologi Informasi secara empiris melalui Standarisasi Produk terhadap Daya Saing UMKM di Kecamatan Astana Anyar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif (metode survey). Analisis pengolahan data yang digunakan Regresi Linier Berganda, Koefisien Kolerasi, Koefisien Determinasi, dan Uji-T. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola UMKM di Kecamatan Astana Anyar sebanyak 75 UMKM, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 50 UMKM dan teknik sampling yg digunakan adalah teknik Non Probability Sampling. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengaruh Teknologi Informasi berpengaruh signifikan terhadap Daya Saing UMKM sebesar 44 % dan Standarisasi Produk berpengaruh terhadap hubungan antara Teknologi Informasi dan Daya Saing pada UMKM di Astana Anyar sebesar 42,3%. Hal ini menunjukkan bahwa semua faktor tersebut merupakan faktor faktor yang menentukan tinggi rendahnya daya saing UMKM.

**Kata Kunci:** Teknologi Informasi;Standarisasi Produk;Daya Saing, UMKM

### ABSTRACT

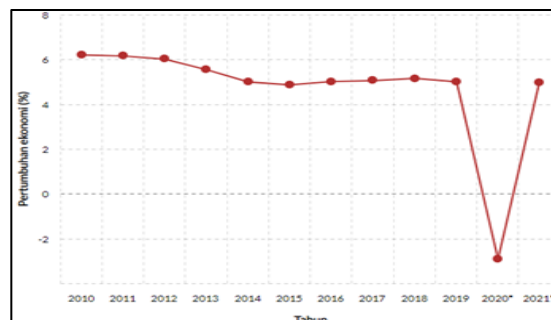
*Undeniably, MSMEs have become the backbone of economic development in Indonesia and have saved the country from adversity. However, the current COVID-19 pandemic has left many MSMEs helpless. One of the problems that commonly occurs in MSMEs is a decline in sales because there are still products that are not in accordance with the established standards, this results in MSME products not being able to compete with similar products. Likewise with the existence of Information Technology, where the implementation is still not optimal. Therefore, this study aims to test the use of technology empirically through Product Standardization on the Competitiveness of MSMEs in Astana Anyar District. The verification descriptive analysis method combined with a quantitative approach is the method used in this study. The population taken in this study is the owner or manager of MSMEs in Astana Anyar District as many as 75 MSMEs, while the samples taken are 50 MSMEs and the sampling technique used is the Non Probability Sampling technique. Then in the analysis process, the method of Multiple Linear Regression, Correlation Coefficient, Determination Coefficient, and T-Test are also used. The results of the study then show that the influence of Information Technology has a significant effect on the competitiveness of MSMEs and product standardization has an effect on the relationship between Information Technology and Competitiveness of MSMEs in Astana Anyar*

**Keywords:** Information Technology; Product Standardization; Competitiveness, MSMEs

## Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perekonomian daerah maupun nasional karena UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat. Peran UMKM sangat penting untuk memperkuat daya saing bangsa, hal ini tertuang pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005-2025. Perekonomian domestik dalam hal ini adalah UMKM. Oleh karena itu UMKM memiliki peran yang sangat signifikan untuk pembangunan ekonomi suatu negara [1]. Bahkan produk yang dihasilkan UMKM memberikan sumbangan terbesar untuk perekonomian Indonesia sampai mencapai sekitar 98,7 % dan menjadi sumber tenaga kerja domestik sebesar 89,27% [2].

Dampak Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak besar pada semua bidang termasuk sosial dan ekonomi. Perubahan kegiatan masyarakat akibat pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi produktivitas. Dengan adanya pandemi covid-19 secara signifikan berpengaruh pada kehidupan khususnya di bidang ekonomi. mengakibatkan banyaknya di seluruh dunia Persaingan usaha di era saat ini harus dihadapi para pelaku UMKM dengan menerapkan strategis untuk menjamin kelangsungan usahanya. Perusahaan-perusahaan banyak yang mengurangi kegiatan produksi dan banyak juga yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Pandemi Covid-19 tidak hanya menjadi ancaman tetapi juga peluang bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi dan bertransformasi agar dapat bertahan [3]. Dampak pandemi Pandemi Covid-19 membuat sebagian besar sektor ekonomi khususnya UMKM seperti berjalan di tempat. Mayoritas pelaku UMKM tidak dapat berkembang dan banyak yang berakhir dengan kebangkrutan.[3], [4]. Berdasarkan data pada tahun 2020, terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 2,9% (Gambar 1) dan diperkirakan penurunan kinerja ekonomi akibat pandemic covid-19 telah menggerus potensi keuntungan dunia usaha sekitar Rp 230,2 triliun. Bahkan di negara Indonesia terdapat penurunan omzet dari tahun 2020 sampai 2021 yang cukup tinggi sehingga menjadi isu utama karena UMKM merupakan salah satu penggerak perekonomian di Indonesia yang dapat menjadi wadah perluasan kesempatan kerja juga.[5]



**Gambar 1.** Grafik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2010 – 2021  
(Sumber: bps.go.id, 2021)

Ketika pasar menjadi lebih global, kebutuhan akan keunggulan kompetitif meningkat secara kritis. Keunggulan kompetitif didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk menciptakan pertahanan yang berkelanjutan dengan posisi di atas pesaingnya melalui penciptaan nilai bagi pelanggan [6]–[8]. Kualitas produk memiliki peran yang sangat bagi perusahaan, hal ini dikarenakan kualitas produk manufaktur atau jasa yang diberikan merupakan salah satu faktor kunci dalam penentu daya saing organisasi. Kualitas menentukan strategi apa yang apa yang harus dilakukan di antara pesaing. Untuk memenangkan pasar, maka kualitas produk/jasa harus selalu memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan baik itu oleh penentu daya saing suatu produk. Akan tetapi factor utama yang harus dipertimbangan pula adalah keinginan konsumen, sehingga kebutuhan mereka terpenuhi [9], [10]

Beberapa peneliti menyebutkan bahwa salah satu faktor yang menjadi penentu daya saing UMKM adalah Teknologi Informasi. Di jaman sekarang Teknologi Informasi (*Information Technology*) bukan sesuatu yang asing lagi kehidupan manusia. , tapi sudah merambah pada semua aspek kehidupan manusia. Dengan Teknologi Informasi manusia dapat menyebarkan informasi kepada orang lain [11]–[13]. Teknologi ini berperan dalam perkembangan UMKM untuk berkompetisi di pasar global [14]. Salah satu teknologi informasi yang bisa digunakan oleh UMKM adalah Media Sosial seperti facebook, twitter, Instagram dll. Pada bulan Januari tahun 2019 peran media sosial memiliki peringkat ketiga sebagai media terbesar di dunia. Dalam memasarkan barang dan jasa, media sosial menjadi media yang bisa dipakai oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut hasil penelitian [15], strategi dengan menggunakan *digital marketing* memiliki pengaruh yang sangat signifikan yaitu 78% dari keunggulan bersaing UMKM untuk memasarkan barangnya. Dalam strategi penjualan, pelayanan, komunikasi, dan pemasaran, media sosial merupakan bagian penting [16]. Dengan adanya teknologi informasi, UMKM diajak untuk siap

dalam menghadapi persaingan era industry 4.0 dan membentuk suatu kerangka berpikir global [17], [18]. Pemanfaatan teknologi melalui media sosial merupakan media promosi yang paling efektif bagi semua UMKM.

Propinsi Jawa Barat merupakan salah satu propinsi yang memiliki tingkat UMKM yang tinggi dengan kota Bandung sebagai salah satu kota yang memiliki peran penting dalam perekonomian Jawa Barat. Kecamatan Astanaanyar merupakan salah satu dari kecamatan di kota Bandung, yang terletak di pusat kota. Kecamatan ini mempunyai 6 (enam) kelurahan yang sebagian besar wilayahnya terdiri dari pertokoan dan permukiman.

Jenis usaha/industri rumah tangga yang tumbuh cukup pesat di Kecamatan Astana Anyar diantaranya tersebut adalah industry makanan (*Food Industry*), Industri dari Kulit (*Leather Industry*) dan Industri dari Kain (*Fabric Industry*). Berikut merupakan data jumlah industry (UMKM) berdasarkan jenis dari setiap kelurahan di kecamatan Astana Anyar [19]

**Tabel 1.** Jumlah Industri di Kecamatan Astana Anyar Tahun 2020

No.	Kelurahan	Industri Makanan	Industri dari Kulit	Industri dari Kain
1.	Karasak	3	0	10
2.	Pelindung Hewan	7	0	30
3.	Nyengseret	6	1	1
4.	Panjunan	6	0	3
5.	Cibadak	5	0	0
6.	Karang Anyar	6	0	3
<b>JUMLAH</b>		27	1	47

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung

Permasalahan yang terjadi pada UMKM di Kecamatan Astana Anyar relatif hampir sama dengan permasalahan yang dialami oleh UMKM-UMKM lokal lainnya, yakni menurunnya permintaan konsumen dan menurunnya daya beli masyarakat, sebagai dampak dari pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil pengamatan menunjukkan bahwa pemilik usaha di Kecamatan Astana Anyar mayoritas omsetnya (profit) dibawah 5 juta yakni sekitar 30,25%. Beberapa upaya telah coba dilakukan untuk meningkatkan penjualan, seperti menerapkan harga rendah, produksi berkualitas tinggi. Namun hal ini tidak serta dapat meningkatkan omset/penjualan.. Dengan melihat kondisi ini diperlukan suatu strategi daya saing agar UMKM dapat tetap bertahan di tengah pasca pandemi COVID-19. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa standarisasi/mutu produk memiliki peran yang sangat penting untuk

meningkatkan daya saing UMKM [8] dan [9]. Dengan adanya kualitas atau standarisasi produk akan memperkuat produk dalam negeri sehingga produk di Indonesia dapat bersaing pula bila dibandingkan dengan produk negara lain. Selain standarisasi produk yang perlu diperhatikan pula adalah pemanfaatan Teknologi Informasi yang telah dilakukan oleh UMKM. Pada umumnya perkembangan teknologi informasi semakin berkembang, namun sebagian besar UMKM belum memanfaatkan secara optimal dalam menggunakan teknologi ini. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa Teknologi Informasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap daya Saing UMKM [20], [21] dan [22]

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh pemanfaatan Teknologi Informasi secara empiris melalui Standarisasi Produk terhadap Daya Saing UMKM di Kecamatan Astana Anyar

## Metode Penelitian

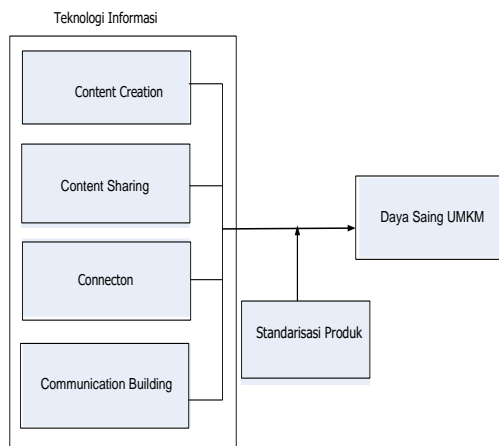
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metoda survey. Desain penelitian dengan cara mengelompokkan penelitian deskriptif dan verifikatif. Deskriptif digunakan untuk menggambarkan situasi atau kondisi UMKM, sedangkan verifikatif digunakan untuk mengidentifikasi hubungan kausalitas variable-variabel yang diteliti. Analisis pengolahan datanya menggunakan Regresi Linier Berganda, Koefisien Kolerasi, Koefisien Determinasi, dan Uji-T. Adapun unit analisis dalam penelitian ini adalah UMKM yang di Kecamatan Astana Anyar. Dari populasi sebanyak 75 UMKM yang diambil sebagai sampel adalah 50 UMKM dengan Teknik sampling yang digunakan Non Probability Sampling. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala Likert 1 s/d 5) yaitu mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

**Tabel 2.** Variabel dan Indikator

variabel	Indikator
Teknologi Informasi [23]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Content creation</i></li> <li>• <i>Content Sharing</i></li> <li>• <i>Connection</i></li> <li>• <i>Community Building</i></li> </ul>
Standarisasi Produk [24] dan [25]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keandalan produk</li> <li>• Respon pada pasar</li> <li>• Partner Strategis</li> <li>• Teknologi</li> </ul>
Daya Saing [26]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respon pada pasar</li> <li>• Sumber daya Manusia</li> </ul>

variabel	Indikator
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modal</li> <li>• Pemasaran</li> <li>• Dukungan Pemerintah</li> </ul>

Dalam penelitian ini dianalisis variabel-variabel yang mempengaruhi daya saing produk UMKM yaitu Standarisasi Produk dan Teknologi Informasi, yang digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut :



**Gambar 2.** Model Penelitian

Model penelitian ini memiliki satu variabel bebas yang terdiri dari variabel Teknologi Informasi (X<sub>1</sub>) dan satu variabel tidak bebas yakni variabel Daya Saing UMKM(Y), sedangkan Standarisasi Produk (X<sub>2</sub>) merupakan variabel moderating. Sesuai dengan yang dijelaskan di atas, bahwa Metoda analisis penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda Berikut ini merupakan persamaan yang akan digunakan

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Skor responden dari Y (variabel nilai Y/ variabel terikat)

a = Nilai Konstan variabel Y

b = Koefisien arah regresi

X = Variabel nilai X (variabel / variabel bebas)

e = nilai error

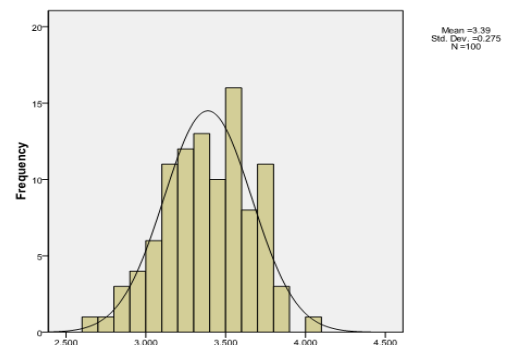
Secara rinci, hipotesis dapat dijabarkan sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>: Teknologi Informasi (*Content Sharing, Content creation, Connecting dan Community Building*) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Daya Saing (sumber daya manusia, modal, pemasaran, dukungan pemerintah UMKM).
- H<sub>2</sub>:Standarisasi Produk berpengaruh terhadap hubungan antara Teknologi Informasi dan Daya Saing UMKM. Variabel Standarisasi Produk meliputi: keandalan produk,partner strategis, teknologi dan respon pada pasar. Standarisasi suatu produk memiliki peran ganda yakni sebagai alat bantu untuk perdagangan alat negara dan sebagai *technical barrier*

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam penelitian ini terdistribusi normal atau tidak. Hasil uji ini nantinya akan memengaruhi proses analisis selanjutnya. Cara uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan normalitas yaitu Kolmogorov-Smirnov. Berikut merupakan hasil dari penelitian tersebut :



**Gambar 3.** Grafik Histogram

Uji Kolmogorov Smirnov ini digunakan dengan cara membandingkan antara kolmogorov hitung dengan kolmogorov tabel. Gunanya adalah untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal ataukah tidak. Tabel berikut merupakan hasil uji Kolmogorov Smirnov

**Tabel 3.** Kolmogorov-Smirnov (K-S)  
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Daya Saing
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3.38850
	Std. Deviation	.275238
Most Extreme Differences	Absolute	.54
	Positive	.054

	Negative	-,53
Kolmogorov-Smirnov Z		,535
Asymp. Sig. (2-tailed)		,937
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data		

Berdasarkan hasil dari table 3 tersebut nilai dari Kolmogorov-Smirnov (K-S) adalah 0, 535 dan signifikansi pada angka 0,937. Oleh karena itu hal ini menunjukkan bahwa hasil dari pengolahan data memiliki distribusi normal. Sehingga dapat dikatakan proses analisis regresi dapat dilanjutkan.

**Analisis Regresi Linier Berganda.**

Sebelum menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda kuesioner yang telah disebarakan kepada 50 UMKM tersebut dilakukukan pengujian terlebih dahulu yaitu uji validitas dan hasilnya valid dan reliabel. Setelah itu dilakukan analisis dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil pengolahan, diperoleh data sebagai berikut :

**Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	Const	4.451	,686		6.486	,000
	X1	,401	,244	-,208	-1.648	,103
	X2	,085	,174	,070	,489	,626
	Moderat	,426	,234	-,286	-1.822	,072

a. Dependent Variable : Y

Dengan table 4 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut ini:

$$Y = 4,451 + 0,401X_1 + 0,085X_2 + 0,426(X_1 - X_2)$$

Dari persamaan tersebut artinya konstanta dengan nilai sebesar 4,451 mengandung arti bahwa apabila variabel Teknologi Informasi dan Standarisasi Produk dianggap tetap, maka daya saing UMKM akan meningkat sebesar 4,451. Sedangkan nilai koefisien Teknologi Informasi sebesar 0,401 artinya apabila Teknologi Informasi naik satu poin sedangkan variabel lain dianggap tetap, maka daya saing UMKM diprediksi akan meningkat sebesar 0,401. Dari tiga variable independent yakni X1, X2 Teknologi Informasi dan daya saing diterima artinya variabel standarisasi produk bukan variabel independen, tetapi variabel moderating

dan Varibel moderating yang dimasukkan dalam analisis, maka hanya variable moderating yang memiliki nilai yang signifikan terhadap Daya Saing UMKM yaitu 0,426 dengan tingkat signifikan 0,072 Hal ini membuktikan bahwa hipotesis Standarisasi Produk berpengaruh terhadap hubungan antara Berikut hasilnya :

**Analisis Pengujian Goodness of Fit**

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) , maka digunakan Pengujian *Goodness of Fit* yang dinyatakan dalam persentase (%) dan dikenal dengan nama Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) ke-I**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	,079 <sup>a</sup>	,006	,769	,275769

a. Predictors: (Constant), X1

Berdasarkan table di atas nilai Adjusted R Square sebesar 0,769 mengandung arti bahwa Variabel dependen (Daya Saing) dipengaruhi oleh variable-variabel independent yakni Teknologi Informasi dan Standarisasi Produk sebesar 76,9%, sedangkan sisanya 23,1% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) ke- II**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	,229 <sup>a</sup>	,052	,423	,272088

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Berdasarkan table di atas nilai Adjusted R Square sebesar 0,423 mengandung arti bahwa Variabel

dependen (Daya Saing) dipengaruhi oleh variable-variabel independent yakni Teknologi Informasi melalui Standarisasi Produk sebesar 42,3%, sedangkan sisanya 57,7% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan kata lain variabel Standarisasi Produk berpengaruh terhadap hubungan antara Teknologi Informasi dan Daya Saing sebesar 42,3% sedangkan sisanya sebesar 57,7 % tidak dijelaskan oleh model dalam penelitian ini.

### Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian terhadap data yang diperoleh, maka kesimpulan yang bisa diambil adalah sebagai berikut :

- Besarnya pengaruh implementasi Teknologi Informasi dan standarisasi produk terhadap daya saing UMKM di Kecamatan Astana Anyar dapat digambarkan dalam persamaan regresi adalah  $Y = 4,451 + 0,401X_1 + 0,085X_2 + 0,426 |X_1 - X_2|$  Variabel Teknologi Informasi bernilai koefisien parameter 0,401 dengan tingkat signifikan 0.013 ( $< 0,05$ ) dan variabel Standarisasi Produk bernilai koefisien parameter 0,085 dengan tingkat signifikan 0,626 ( $> 0,05$ ) artinya tidak signifikan. Variabel moderat yang merupakan interaksi antara Teknologi Informasi dan Daya Saing bernilai koefisien parameter 0,426 dengan tingkat signifikan 0,032. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Standarisasi Produk adalah *moderating variabel* antara implementasi Teknologi Informasi dan daya saing .
- Hubungan antara teknologi informasi terhadap daya saing adalah  $Y = 1.193X_1 + 3,856$ . Hal ini mempunyai maksud jika nilai koefisien dari Teknologi Informasi ( $X_1$ ) dinaikkan sebesar satu satuan maka nilai daya saing ( $Y$ ) akan naik sebesar 1.193.
- Teknologi informasi ( $X_1$ ) memiliki pengaruh langsung terhadap Daya Saing ( $Y$ ) sebesar 44%, sedangkan jika melalui Standarisasi Produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 42.3 %.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pelaku UMKM untuk kegiatan pemasarannya agar memperbaiki content-content yang menarik , sehingga konsumen atau pelanggan dapat membaca dan melihatnya mengenai produk-produknya yang dijualnya. Hal ini karena dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Teknologi Informasi berbasis aplikasi ini memiliki pengaruh sebesar 44% terhadap DayaUMKM. begitu pula dengan standarisasi

produk berpengaruh terhadap hubungan antara Teknologi Informasi dan daya saing

### Ucapan Terima Kasih

Tim Pelaksana memberikan apresiasi dan penghargaan setinggi-tingginya kepada P2M Universitas Widyatama yang telah memfasilitasi kegiatan ini dan semua pihak yang telah berpartisipasi dan ikut membantu guna kelancaran kegiatan ini

### Daftar Pustaka

- [1] A. Fadhila and A. B. Cahyono, "Pembuatan WebGIS Untuk Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Blitar," *J. Tek. ITS*, vol. 6, no. 2, pp. 2–7, 2017, doi: 10.12962/j23373539.v6i2.23451.
- [2] H. A. Sarwono, "Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)," *Bank Indones. dan LPPI*, pp. 1–135, 2015.
- [3] A. P. Auliya *et al.*, "Online Business Transformation in the Covid-19 Pandemic Era (Case Study of Msme Activities in Tangerang City)," *Int. J. Econ. Account. Res.*, vol. 6, no. 1, pp. 546–552, 2022.
- [4] A. Fajri, "Perancangan Tata Letak Gudang Dengan Metode Systematic Layout Planning," *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 7, no. 1, p. 2021, Accessed: Jun. 08, 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jti/article/view/10533>
- [5] W. Satariah and R. Yusuf, "Pengaruh Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM di Kota Bandung," *EKBIS*, vol. 9, no. 1, pp. 28–39, 2021.
- [6] S. Sutoyo *et al.*, "Data Analysis Of Near Vertical Incidence Skywave (NVIS) Propagation In Pekanbaru," in *Proceedings of the UR International Conference on Educational Sciences*, 2022, pp. 85–90.
- [7] A. Efendi, M. Rizki, F. S. Lubis, and M. I. Hadiyul, "An Analysis of the Crispy Mushroom Business For Small And Medium-Sized Enterprises (SMEs) In Indonesia," 2022.
- [8] D. Wahjudi, M. L. Singgih, P. Suwignjo, and I. Baihaqi, "Product quality as competitive priority: Its relationship with total quality management implementation in Indonesia," *23rd Int. Conf. Prod. Res. ICPR 2015*, vol. 2015-Janua, no. August, 2015.
- [9] I. I. Khafizov and I. G. Nurullin, "Product quality as the main factor of increase of competitiveness (on the example of JSC 'Kazan helicopter plant')," *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, vol. 240, no. 1, 2017, doi:

- 10.1088/1757-899X/240/1/012039.
- [10] E. E. G. Permata *et al.*, “Analisa Strategi Pemasaran Dengan Metode BCG (Boston Consulting Group) dan Swot,” *SITEKIN J. Sains, Teknol. dan Ind.*, vol. 17, no. 2, pp. 92–100, 2020, Accessed: Aug. 25, 2021. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/12329>
- [11] M. Kurdi and I. D. Firmansyah, “Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE,” *J. Sains Sosio Hum.*, vol. 4, no. 2, pp. 569–575, 2020, doi: 10.22437/jssh.v4i2.11003.
- [12] J. N. A. Aziza, “Perbandingan Metode Moving Average, Single Exponential Smoothing, dan Double Exponential Smoothing Pada Peramalan Permintaan Tabung Gas LPG PT Petrogas Prima Services,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 35–41, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.8>.
- [13] A. Wicaksono and F. Yuamita, “Pengendalian Kualitas Produksi Sarden Menggunakan Metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) Untuk Meminimumkan Cacat Kaleng Di PT. Maya Food Industries,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 1–6, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.6>.
- [14] C. N. Handayani and M. A. Zona, “Analisis Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm di Kota Medan,” *J. Econ. Bus.*, vol. 02, no. 02, pp. 86–97, 2021.
- [15] K. N. Wardhani, “Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan. Menengah (Umkm) Berbasis Industri Kreatif ... UMKM. Jakarta: PT. Refika Aditama,” 2017.
- [16] B. Solis, “Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web.,” *New Jersey John Wiley Sons Inc*, 2020.
- [17] E. Mufida, Martini, and D. W. A. Rahayu, “Pengembangan Sistem Voip menggunakan Server Issabel versi 4.0 dan Tunnel Eoip pada Omni Hospital Alam Sutera,” *J. Manajemen, Tek. Inform. Rekayasa Komput.*, vol. 18, no. No.1, Hal 13-20, 2018.
- [18] Y. T. Prasetyo and A. Fatih Fudhla, “Perbaikan Tata Letak Fasilitas Gudang Dengan Pendekatan Dedicated Storage Pada Gudang Distribusi Barang Jadi Industri Makanan Ringan,” *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 7, no. 1, p. 2021, Accessed: Jun. 08, 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jti/article/view/11283>
- [19] Daris Dang, “Kecamatan Astana Anyar Dalam Angka,” *Badan Pus. Stat. Kota Bandung*, 2021.
- [20] B. Cahyono, L. Nurcholis, and M. Nugroho, “Information Technology Implementation in SMEs: A Comparison of Indonesia and Malaysia,” *J. Manaj. Teor. dan Terap. / J. Theory Appl. Manag.*, vol. 15, no. 1, pp. 25–37, 2022, doi: 10.20473/jmtt.v15i1.30182.
- [21] J. G. Vargas-Hernández, “Influence of Information Technologies on Competitive Strategies for SMES,” *Int. J. Environ. Sci. Nat. Resour.*, vol. 14, no. 5, 2018, doi: 10.19080/ijesnr.2018.14.555899.
- [22] W. H. Gunawan and W. Wachyuni, “Analysis of the Influence of Information Technology and Innovation on Competitive Excellence To Improve Organizational Performance ( Case Study on the Attractions of Bukit Panembongan Village Tembung Kuningan Regency),” *Int. J. Econ. Bus. Account. Res.*, vol. 4, no. 03, pp. 217–228, 2020, doi: 10.29040/ijebar.v4i03.1305.
- [23] İ. E. Erdoğan and M. Çiçek, “The Impact of Social Media Marketing on Brand Loyalty,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 58, pp. 1353–1360, 2012, doi: 10.1016/j.sbspro.2012.09.1119.
- [24] K. P. dan A. Gary, “Prinsip Prinsip Pemasaran,” *Ed. 13 Jilid 1 Jakarta Erlangga*, 2012.
- [25] A. Gudmundsson, H. Boer, and M. Corso, “The implementation process of standardisation,” *J. Manuf. Technol. Manag.*, vol. 15, no. 4, pp. 335–342, 2004, doi: 10.1108/17410380410535035.
- [26] A. D. Hag, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Saing usaha kecil dan menengah (UKM) di Kabupaten Bantul,” 2016.